



СОВРЕМЕННАЯ НАУКА :
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

ЭКОНОМИКА И ПРАВО № 5–6 2013 (май–июнь)

Учредитель журнала Общество с ограниченной ответственностью
«НАУЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

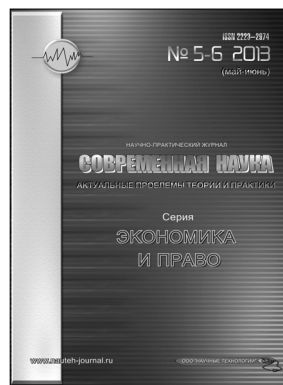
Редакционный совет

- В.Н. Боробов** – д.э.н., проф. Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ
Ю.Б. Миндлин – к.э.н., доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ
А.М. Абрамов – д.ю.н., проф. Российской таможенной академии
В.И. Бусов – д.э.н., проф. Государственного университета управления
А.М. Воронов – д.ю.н., проф. Финансовый университет при Правительстве РФ
В.А. Горемыкин – д.э.н., проф. Национального института бизнеса
В.И. Дорофеев – д.э.н., проф. г.н.с., НИЦ "Московский психолого–социологический университет"
С.П. Ермаков – д.э.н., проф. Института социально–экономических проблем народонаселения РАН
Н.А. Лебедев – д.э.н., проф. ведущий научный сотрудник Института экономики РАН
Б.Б. Леонтьев – д.э.н., проф., директор Федерального института сертификации и оценки интеллектуальной собственности и бизнеса
М.М. Мальшева – д.э.н., ведущий научный сотрудник Института социально–экономических проблем народонаселения РАН
Б.Л. Межиров – д.э.н., проф. Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
В.Н. Незамайкин – д.э.н., проф. Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
Н.С. Нижник – д.ю.н., проф. Санкт–Петербургского университета МВД России
Р.Б. Новрузов – д.э.н., проф. Государственного университета управления
И.Н. Рыкова – д.э.н., проф., Директор Института инновационной экономики Финансового университета при Правительстве РФ
М.А. Рыльская – д.ю.н., доцент Российской таможенной академии
А.А. Сумин – д.ю.н., проф. Московского университета МВД России
А.А. Фатьянов – д.ю.н., профессор Национального исследовательского ядерного университета "МИФИ"

Издатель: Общество с ограниченной ответственностью
«Научные технологии»
 Адрес редакции и издателя:
 109443, Москва, Волгоградский пр–т, 116–1–10
 Тел./факс: 8(495) 755–1913
 E–mail: redaktor@nauteh–journal.ru
 Http: // www.nauteh–journal.ru
 Http: // www.vipstd.ru/nauteh

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия.
 Свидетельство о регистрации
 ПИ № ФС 77–44914 от 04.05.2011 г.

Scientific and practical journal



В НОМЕРЕ:

ЭКОНОМИКА И
УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ
ФИНАНСЫ,
ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

Журнал издается с 2011 года

Редакция:

Главный редактор

В.Н. Боробов

Выпускающий редактор

Ю.Б. Миндлин

Верстка

VIP Studio ИНФО (www.vipstd.ru)

Подписной индекс издания
в каталоге агентства «Почта России» – 10472

В течение года можно произвести
подписку на журнал непосредственно в редакции

Авторы статей
несут полную ответственность за точность
приведенных сведений, данных и дат

При перепечатке ссылка на журнал
«Современная наука: Актуальные проблемы
теории и практики» обязательна

Журнал отпечатан в типографии

ООО «КОПИ–ПРИНТ»

тел./факс: (495) 973–8296

Подписано в печать 24.06.2013г.

Формат 84x108 1/16

Печать цифровая

Заказ № 0000

Тираж 2000 экз.

ISSN 2223-2974



ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ
НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

В.Н. Борохов – Налоговое планирование и его роль в развитии предприятий малого предпринимательства
V. Borobov – Tax planning and its role in the development of small business3

А.Ю. Горбунова – Методы государственного регулирования инновационной деятельности
A. Gorbunova – Methods of the state regulation of innovation activity8

К.А. Зуев – Преимущества внедрения ERP-систем для предприятий оптовой торговли
K. Zuev – The Advantages of ERP system implementation for wholesale enterprises10

Г.М. Калкабаева, М.А. Асанова – Внешний долг Казахстана: состояние, динамика, перспективы для устойчивого экономического роста
G. Kalkabaeva, M. Asanova – External debt of Kazakhstan: current status, dynamics, prospects for sustainable economic development13

Е.И. Кельбах, Е.Н. Косякова – Приоритетные направления маркетинговой деятельности вуза на современном этапе
E. Kel'bakh, E. Kosyakova – Priority directions of higher educational establishment marketing system20

Э.Р. Кузнецова, Е.С. Голдырев – Роль краудсорсинга в развитии инновационной политики ОАО "Сбербанк России"
E. Kuznetsova, E. Goldyrev – Crowdsourcing role in the jsc "Sberbank Russia" innovative policy development22

Т.Р. Накашидзе – Значение лояльности в борьбе за клиентов на фондовом рынке
T. Nakashidze – Importance of loyalty in the struggle for customers in the stock market25

К.В. Новикова, М.С. Курило – Нестандартные маркетинговые коммуникации как эффективный способ продвижения торговых марок на российском рынке
K. Novikova, M. Kurilo – Unconventional marketing communication as an effective way to promote the brand in the Russian market .. 27

К.В. Новикова, А.В. Андрианов – Лояльность потребителей как один из ключевых факторов конкурентной борьбы банков
K. Novikova, A. Andrianov – Consumer loyalty as a key factor in competition banks30

Э.М. Радостева, А.А. Гавшина – Современное развитие сельскохозяйственной кооперации в Пермском крае
E. Radosteva, A. Gavshina – Modern development of agricultural cooperation in the Perm region33

Д.И. Росточкиков – Концепция отраслевого развития монорегиона в условиях посткризисной экономики
D. Rostochnikov – The conception of industry development of the monoregion in the post-crisis economy36

Т.Д. Самойлова – Развитие Липецкой области и повышение ее инвестиционной привлекательности в рамках проекта экономических зон

T. Samoylova – The development of the lipetsk region and increase its investment attractiveness of the project economic zones . .39

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И
КРЕДИТ

Е.В. Игнатьева – Задачи предприятия при внедрении бюджетного планирования

E. Ignatieva – Tasks of the business entity during the implementation of the budget planning42

В.Н. Незамайкин, Л.С. Митряева – Финансовая политика компании в зависимости от вида деятельности

V. Nezamaikin, L. Mitryaeva – Financial policy of the companies in depending of its economic activity45

В.Н. Незамайкин, И.Л. Юрзинова – Прогнозная финансовая информация в финансовом планировании деятельности корпораций

V. Nezamaikin, I. Yurzinova – The forecast financial information in the corporate financial planning47

И.Л. Юрзинова, В.В. Бабакина, Е.П. Голушко – Государственная поддержка финансирования инноваций

I. Yurzinova, V. Babakina, E. Golushko – Corporate finance in the construction industry50

И.Л. Юрзинова, Ю.О. Воронцова, Е.М. Калинин – Венчурное финансирование в России

I. Yurzinova, Y. Vorontsova, E. Kalinenko – Venture financing in Russia55

И.Л. Юрзинова, Д.Д. Колотовская, О.В. Юшкевич – Корпоративные финансы в строительстве

I. Yurzinova, D. Kolotovskaya, O. Yushkevich – Corporate finance in the construction industry58

И.Л. Юрзинова, Г.В. Ихсанова, В.С. Матвеева – Налоги с корпораций зарубежных стран (на примере США и Германии)

I. Yurzinova, G. Ikhsanova, V. Matveeva – Corporate taxation in the United States and Germany61

И.Л. Юрзинова, Л.В. Коротенкова, Е.Ю. Мухина, А.В. Улитина – Консолидированная группа налогоплательщиков: анализ возможных достоинств и недостатков

I. Yurzinova, L. Korotenkova, E. Mukhina, A. Ulitina – Consolidated group of taxpayers: analysis of possible advantages and disadvantages65

ИНФОРМАЦИЯ

Наши Авторы / Our Authors69

Требования к оформлению рукописей и статей для публикации в журнале70

НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

TAX PLANNING AND ITS ROLE IN THE DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS

V. Borobov

Annotation

The essence of tax planning is revealed in the scientific article. International experience of taxation of small business, the liability for non-payment taxes in different countries are considered. Bids for a system of taxation for small business, according to the Tax Code. Effective instruments of tax regulations are offered.

Keywords: Tax planning, off-budget funds, the taxpayer, tax optimization, tax regimes, tax system, tax minimization, government regulation, tax regulation, tax instruments.

Боробов Василий Николаевич
Д.э.н., профессор, НОЦ Московский
государственный университет
приборостроения и информатики

Аннотация

В научной статье раскрывается сущность налогового планирования. Рассматривается зарубежный опыт налогообложения субъектов малого предпринимательства, ответственность за неуплату налогов в различных странах. Предложения по выбору системы налогообложения малым предприятиям, согласно действующего Налогового Кодекса. Предлагаются эффективные инструменты налогового регулирования.

Ключевые слова:

Налоговое планирование, внебюджетные фонды, налогоплательщик, оптимизация налогообложения, налоговые режимы, налоговая система, налоговая минимизация, государственное регулирование, налоговое регулирование, налоговые инструменты.

В современное время существует сложная ситуация для субъектов предпринимательства в плане налогообложения. Поскольку довольно часто полученный доход оказывается значительно меньше суммы, подлежащей уплате в бюджет и внебюджетные фонды. Для выживания в этой системе предприятия и предприниматели должны правильно спланировать свою деятельность таким образом, чтобы оставлять в своем распоряжении максимально возможную сумму заработанных денежных средств. Как было отмечено В. Лангером: "Право налогоплательщика избегать налогов с использованием всех разрешенных законами средств не может быть оспорено". Налоговое планирование на предприятиях на современном этапе представляется актуальным, но еще недостаточно развитым.

Налоговое планирование, представляет часть финансового планирования. Финансовое планирование – процесс разработки и последующего контроля за приемами и методами по организации движения финансовых потоков с целью определения наилучших способов достижения желаемого результата. Налоговое планирование, налоговая оптимизация и налоговая минимизация несут в себе различный смысл.

Налоговое планирование трактуется как предварительный расчет налогового поля предприятия по результатам деятельности на определенный период времени или по отношению к определенной сделке, в зависимо-

сти от различных форм ее реализации, с целью достижения определенных пропорций всех финансовых аспектов сделки. Налоговое поле предприятия представляет собой перечень всех необходимых к уплате в той или иной ситуации налогов, сборов и пошлин с учетом ставок или льгот. При изменении условий реализации сделки или изменении направлений деятельности налоговое поле предприятия может изменяться.

Оптимизация налогообложения – это один из этапов налогового планирования, связанный непосредственно с поиском способов снижения совокупности налоговых платежей путем выбора между различными вариантами осуществления деятельности и размещения активов. Налоговое планирование это вовсе не обязательно налоговая оптимизация, а существование налоговой оптимизации невозможно без налогового планирования. Мнение по поводу того, что оптимизация – это максимально возможное снижение налогов законными методами, не совсем верно, корректнее будет определить его как налоговую минимизацию.

Налоговая минимизация характеризуется снижением сумм платежей по конкретному налогу до минимально возможного размера. При снижении платежей по налогам, относимым на себестоимость или уплачиваемым за счет финансового результата в рамках отдельного периода или сделки, увеличивается налог на прибыль. Простое снижение налога, относимого на себестоимость до

минимально возможного уровня – это налоговая минимизация.

Расчет суммы всех налогов при различных формах осуществления деятельности и выбор наиболее оптимального варианта – оптимизация налогообложения. Исходя из вышесказанного, применение налоговой минимизации, а не оптимизации налогообложения, может привести к снижению платежей по налогам до минимального уровня.

Налоговая оптимизация (минимизация) может осуществляться как легальным, не противоречащим законодательству, так и нелегальными методами. Как совершенно справедливо заметил С. Н. Паркинсон, "невозможно увильнуть от налогов. От них можно уклониться законным или незаконным способом. Оба способа также довольно стары, как и сама налоговая система. И налоговые консультанты заняты своей трудоемкой и сложной работой...". Причем, в некоторых случаях, использование незаконных методов и последствия при обнаружении их использования менее обременительны, нежели добросовестное выполнение законов по уплате налогов. Налоговая оптимизация или минимизация, совершаемые незаконными способами, носят название – уклонение от налогов.

Уклонение от налогообложения является противоправным деянием и наказывается в предусмотренном законом порядке. В частности, в Италии с компании, не уплатившей налог в установленный срок, взыскивается дополнительный налог в размере 40% от суммы, подлежащей уплате, и пеня (12% годовых). В соответствии с австралийским налоговым законодательством, непредставление компанией налоговой декларации в установленный законом срок, влечет применение следующих санкций:

- ◆ штраф в размере 2 тыс. дол. за первое нарушение, 4 тыс. дол. за повторное нарушение в течение пяти лет, 25 тыс. дол. за третье или последующее нарушение в течение пяти лет;
- ◆ дополнительный налог в размере 200% от суммы, подлежащей уплате, или в размере 20 дол., если задолженность не превышает 20 дол.



Выделяют перспективное и текущее налоговое планирование.

Перспективное налоговое планирование, как правило, проводится на этапе создания фирмы или регистрации индивидуального частного предпринимателя. Оно включает в себя следующие элементы: набор территории для осуществления деятельности и выбор организационно – правовой формы (для юридических лиц).

Различия в налоговых режимах между странами могут помочь уйти от налогообложения на основе неограниченной налоговой ответственности, тогда как для местных компаний в большинстве стран такая возможность исключена. Если создать компанию по законам Великобритании, где резидентами считаются компании, имеющие в этой стране центр фактического руководства, и управлять ей из США, где критерием служит место создания (инкорпорации компании), то такая компания не будет считаться резидентом ни в США, ни в Англии. Соответственно, ни в одной из этих стран она не попадает под режим неограниченной ответственности (обложения по всем доходам и из всех источников). Считаясь нерезидентом в каждой из этих стран, она будет облагаться налогом только по доходам от источников этих стран, а если таковых не окажется, то будет освобождена от налогообложения.

Вышеназванные элементы должны быть определены с учетом планируемого вида деятельности для возможности проведения расчета налогового поля. Расчет налогового поля необходимо проводить по существующим системам налогообложения для субъектов малого предпринимательства с учетом всех льгот, с целью выбора наиболее оптимального из них. У субъектов малого предпринимательства есть возможность самостоятельно решать, какая система налогообложения для них более предпочтительна, традиционная или упрощенная.

При выборе системы налогообложения необходимо учитывать особенности осуществляемой деятельности субъектом малого предпринимательства. Также должны быть учтены и другие показатели, которые могут оказать влияние на размер налогов (размер заработной платы, амортизационных отчислений и др.) Исходя из вышесказанного, следует отметить, что для каждого субъекта малого предпринимательства (СМП), при выборе системы налогообложения должен существовать индивидуальный подход.

При налоговом планировании можно дополнительно к рассмотренным способам организации рассчитать налоговое поле для предприятия с количеством инвалидов не менее 50% от общей численности работающих. Эти предприятия, за исключением выпускающих и реализующих подакцизную продукцию и занимающихся посредническими операциями (страхование, банковские операции

и пр.), по законодательству РФ имеют льготы.

Перечень льгот достаточно обширен: ставка налога на прибыль снижается на 50% полное освобождение от уплаты НДС, налога на имущество, налога с владельцев автотранспортных средств, целевых сборов на содержание милиции и благоустройства территории. Таким образом, уже на начальном этапе организации деятельности можно спланировать возможные налоговые платежи.

Перспективное налоговое планирование может осуществляться и в процессе деятельности субъектов малого предпринимательства. Такое планирование ставит своей задачей расчёт налоговых платежей на длительный срок, что практически невозможно в современных российских условиях, в связи с частыми изменениями, вносимыми в налоговое законодательство. Наиболее оптимальным вариантом налогового планирования является текущее планирование налоговых платежей.

Текущее налоговое планирование рассчитано на кратковременный период и осуществляется в процессе деятельности субъектов. Важным этапом текущего налогового планирования для юридических лиц – субъектов малого предпринимательства является формирование учётной политики предприятия. "Под учётной политикой организации понимается принятая ею совокупность способов ведения бухгалтерского учёта – первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности". Учётная политика предприятия может проводиться только в следующих случаях: изменение законодательства РФ по бухгалтерскому учёту, разработка организацией новых способов ведения бухгалтерского учёта, существенное изменение деятельности организации.

Принятая учётная политика сдаётся в налоговый орган по месту постановки на учёт субъекта предпринимательства. В том случае, если она принята налоговым органом без замечаний, она становится разрешительным документом или, другими словами, руководством к действию.

Учётная политика должна отражать порядок: начисление амортизации по основным средствам, не материальным активам, разграничения основных средств и малоценных быстроизнашивающихся предметов (МБП), износа по МБП, оценку производственных запасов, товаров, незавершённого производства и готовой продукции, определения выручки от продаж. Списания задолженности и пр. Приведём несколько конкретных вариантов регулирования сумм налоговых платежей посредством учётной политики.

Порядок начисления амортизации по основным средствам может быть различным. Существует 4 способа начисления амортизации. Но для целей налогообложения

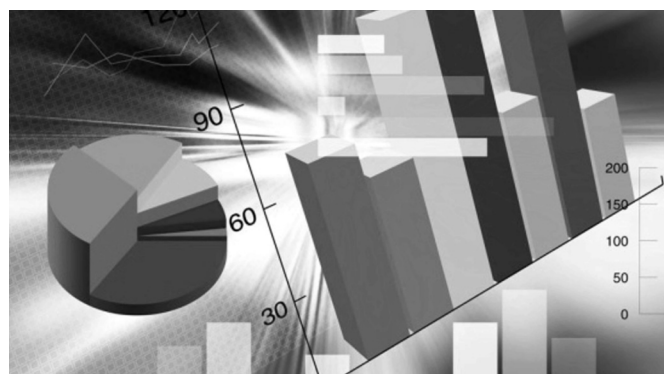
используется, в соответствии с законодательством, линейный способ. Для малых предприятий разрешено применение ускоренной амортизации, при условии целевой направленности амортизационных отчислений, позволяющей снизить налоговую базу по налогу на прибыль.

Начисление износа МБП может осуществляться частично, т.е. 50% стоимости при вводе в эксплуатацию и 50% при списании, а так полностью 100% стоимости при вводе в эксплуатацию. В первом случае себестоимость продукции занижается, а во втором – увеличивается. Необходимо определить, что будет более приемлемым для плательщика – относительно невысокие цены или максимальное снижение налоговых платежей.

Порядок разграничения основных средств и МБП влияет на начисление износа и требует серьёзного внимания при формировании учётной политики.

Условия списания расходов будущих периодов значительно могут повлиять на себестоимость. Сроки погашения таких расходов могут быть установлены или определённой датой, или же, в зависимости от характера совершаемой операции, самостоятельно плательщиком. При выборе второго варианта поле для регулирования налоговых платежей значительно шире. Например, предприятие заключило договор на поставку каких-либо консультационных услуг, относящихся к производственному процессу. списание затрат на себестоимость может быть произведено независимо от оплаты или сроков выполнения данных услуг, а в соответствии с принятой учётной политикой, на момент использования данных услуг в производственном процессе. Срок, когда они будут использованы, должен быть отражён в договоре на поставку таких услуг. Целесообразнее определить указанный срок в зависимости от планируемых объёмов реализации, с целью увеличения себестоимости под большую выручку.

Определение выручки от реализации может проводиться по отгрузке и по оплате. Если у предприятия существует большой временной лаг между отгрузкой и оплатой, то для целей налогообложения просто необходимо использование метода определения выручки по оплате. При выборе метода определение выручки по отгрузке



возникает ситуация, при которой денежные средства ещё не поступили, а задолженность по налогам уже возникла. Это может привести к отрицательному финансовому результату деятельности предприятия.

Текущее налоговое планирование имеет несколько методов проведения. Самый распространенный и широко применяемый на практике – метод подбора ситуаций. Налоговое планирование по методу подбора ситуации проводится поэтапно.

Первый этап – согласно выбранной территории для регистрации, статус и устава рассчитывается налоговое поле субъекта предпринимательства.

Второй этап – формирование системы договорных отношений с учётом сформированного налогового поля.

Третий этап – составление хозяйственных операций, с которыми приходится субъекту предпринимательства сталкиваться в повседневной деятельности.

Четвёртый этап – с учётом наработок, полученных в результате проведения первых трёх этапов, производится подбор различных ситуаций, затрагивающих разнообразие сторон экономической жизни субъекта.

Пятый этап – выбор оптимального сочетания хозяйственных операций для снижения сумм налоговых платежей. Рекомендуем при подборе ситуаций сопоставлять планируемый к получению финансовый результат с возможными потерями, обусловленными штрафными санкциями. Иной раз приходится идти на определённые потери с целью получения определённой выгоды в качестве – увеличения времени на предприятие решения, высвобождения оборотного капитала на более длительный срок и т.д.

Шестой этап – из оптимальных блоков хозяйственных операций составляет реальный журнал хозяйственных операций.

Для расчёта некоторых количественных зависимостей используется расчётный метод. Он включает в себя вычисление непосредственного влияния комбинирования различных налогов на сумму получаемой прибыли. Например, как было отмечено выше, налог на пользователей автомобильных дорог относится на себестоимость, и уменьшает налоговую базу по налогу на прибыль. Налог на имущество относится на финансовый результат и тоже уменьшает налоговую базу по налогу на прибыль.

Рассмотренные выше методы более часто встречаются на практике. Кроме них также существуют варианты расчетов. Например, метод микро балансов, графо-аналитических зависимостей и другие. Но ввиду их слож-

ности, вышеперечисленные методы не распространены на практике.

Необходимо отметить, что налоговое планирование требует высокого профессионализма и индивидуального подхода применительно к каждому налогоплательщику и к каждой сделке (проекту). Налоговое планирование важно не только для юридических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность. Вполне вероятно, что при подсчете сумм налоговых платежей, планируемая сделка или новый вид деятельности окажется невыгодным. Лучше просчитать все плюсы и минусы до того момента, пока деньги в проект не вложены, и подобрать более оптимальный вариант вложения.

На современном этапе проводится реформирование налоговой системы, которое началось в 1999 г. принятием Налогового кодекса РФ. Реформирование направлено, прежде всего, на упрощение налогового законодательства.

Несмотря на изменения, вносимые в налоговое законодательство, российская налоговая система по-прежнему пренебрегает использованием регулирующей функции при проведении налоговой политики, что неизбежно ведет к снижению налоговых поступлений в бюджет, росту недоимки. Эти процессы связаны с общим спадом производства, ростом убыточных предприятий, т.е. снижением числа потенциальных плательщиков и уменьшением налогооблагаемой базы.

Отсутствие ответственности учредителей за регистрацию, деятельность и ликвидацию предприятия приводит к тому, что предприятия оставляют без проведения ликвидации или вовсе не осуществляют постановки на налоговый учет. Поэтому основной целью современной налоговой системы Российской Федерации, по мнению Торгово-Промышленной Палаты России, должны быть формирование налоговых стимулов для дальнейшего развития механизмов хозяйствования и рыночных институтов, создание условий для роста эффективности производства, а также обновления основных фондов предприятий, снижение доли налоговой нагрузки в целом на Российскую экономику и малый бизнес.

При этом снижение налогового бремени должно сопровождаться снижением затрат на функционирование административной налоговой системы, а также развитием "социальной" и "регулирующей" функций налогов.

В целях преодоления последствий мирового финансового кризиса все чаще на государственном уровне, в предпринимательской и профессиональной среде говорится о необходимости выбора эффективных инструментов налогового регулирования, снижении налоговой нагрузки на малое и среднее предпринимательство. Однако на проверку оказывается, что принимаемые законода-

тельные решения ведут скорее к противоположному результату, определенным образом ухудшая налоговое положение малого и среднего предпринимательства.

Справедливости ради стоит отметить, что за последнее время был сделан ряд важных положительных шагов в части смягчения налоговой нагрузки на малое и среднее предпринимательство. В частности, Федеральным законом от 26.11.2008 N 224-ФЗ "О внесении изменений в часть первую, часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации" субъектам Российской Федерации было предоставлено право устанавливать дифференцированные ставки единого налога, уплачиваемого при применении упрощенной системы налогообложения по объекту налогообложения "доходы, уменьшенные на расходы" в пределах от 5 до 15% в зависимости от категорий налогоплательщиков.

Таким образом, региональные власти могли стимулировать малое предпринимательство. Однако из-за сложной экономической ситуации в регионах не все субъекты Российской Федерации пошли на такой шаг.

Отметим, что действующими редакциями ст. ст.56, 61.1, 61.2 и 146 Бюджетного кодекса РФ предусмотрено, что 10% поступлений от УСН и ЕНВД подлежат зачислению в бюджеты государственных внебюджетных фондов, а 90% – в региональные и местные бюджеты. Иными словами, в размер ставки единого налога по УСН и ЕНВД заложена доля, подлежащая перечислению в указанные фонды. Законопроектом предлагается, что с 1 января 2011 г. данные поступления зачисляются в бюджеты субъектов Российской Федерации и бюджеты муниципальных образований (т.е. доля фондов подлежит зачислению в региональные и муниципальные бюджеты). Одновременно в отношении плательщиков, применяющих УСН и ЕНВД, устанавливается обязанность по уплате страховых взносов, тарифы которых определены в ст.12 законопроекта N 195768-5 "О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации и фонды обязательного медицинского страхования" (в 2010г. – 26% и 34% от фонда оплаты труда с 2011г.). Если на предпринимателей, использующих УСН и ЕНВД, не будет распространено право, применять пониженные тарифы

страховых взносов в переходный период, то нагрузка на них возрастет.

Данные изменения существенно увеличивают совокупную налоговую нагрузку на малый бизнес, представители которого, как правило, и используют указанные налоговые режимы. Действительно, для плательщиков, которые находятся на общем режиме налогообложения, полностью отменяется ЕСН. А для плательщиков, применяющих УСН и ЕНВД, доля отчислений во внебюджетные фонды не исключается из общей массы налоговых обязательств, а перераспределяется между региональными и муниципальными бюджетами.

Таким образом, для налогоплательщиков, использующих общий режим налогообложения, с 2011 г. налоговая нагрузка увеличилась на 8% от фонда оплаты труда, а для плательщиков, применяющих УСН и ЕНВД, на 20%, что ставит их в неравное положение по сравнению с иными налогоплательщиками.

В июле 2009 г. приняты три Федеральных закона, вносящих изменения в упрощенную систему налогообложения. Изменения направлены на стимулирование развития малого бизнеса в условиях экономического кризиса. Государство предпринимает шаги в области снижения налогового бремени для субъектов малого предпринимательства, в том числе путем внесения изменений в положения гл.26.2 "Упрощенная система налогообложения" НК РФ.

Многие из предусмотренных основными направлениями налоговой политики, в этой части предложений уже приняты Федеральным Собранием РФ и подписаны Президентом РФ.

Имеются в виду Федеральные законы от 17.07.2009 N 165-ФЗ и от 19.07.2009 N 201-ФЗ "О внесении изменений в статью 346.25.1 части второй Налогового кодекса Российской Федерации" и от 19.07.2009 N 204-ФЗ "О внесении изменений в часть вторую Налогового Кодекса Российской Федерации".

В сложившейся ситуации весьма актуальным является проведение налогового планирования субъектами малого предпринимательства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон от 24.07.2007 №209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации"
2. Федеральный закон от 21.07.2005 №94-ФЗ "О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд"
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 №117

МЕТОДЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Горбунова Антонина Юрьевна
Аспирант Финансового университета
при Правительстве РФ

METHODS OF THE STATE REGULATION OF INNOVATION ACTIVITY

A. Gorbunova

Annotation

The article discusses direct and indirect methods of the state regulation of innovation activity. Comparative study was undertaken to compare them in the context of such comparison tests as targeting, control possibility, creative initiative development, expenses and effectiveness. It revealed the substantial advantage of indirect methods of innovation activity stimulation in the market economy conditions.

Keywords: state regulation, direct and indirect regulation methods, innovation activity, innovations.

Аннотация

В статье рассмотрены прямые и косвенные методы государственного регулирования инновационной деятельности. Проведен их сравнительный анализ по таким критериям, как адресность, возможность контроля, развитие творческой инициативы, затрачиваемые средства, эффективность мер. Анализ выявил существенное преимущество косвенных методов стимулирования инновационной активности в условиях рыночной экономики.

Ключевые слова:

Государственное регулирование, прямые и косвенные методы регулирования, инновационная деятельность, инновации.

В современных условиях рыночной экономики роль государства как регулятора социально-экономических процессов достаточно велика. Не нарушая действия рыночных механизмов, государство выступает в качестве направляющей силы, реализуя через проводимую политику свои интересы.

Актуальным сегодня в том числе является и вопрос государственного участия в процессах развития науки и инноваций. Особую значимость ему придает тот факт, что инновации являются одним из основных источников экономического роста. Действительно, при стремительном усилении конкуренции, все более ограниченном доступе к финансовым, материальным, природным, трудовым и прочим ресурсам знания и их применение становятся главным преимуществом как отдельно взятых организаций, так и целых стран в мировом экономическом пространстве.

Целью данной статьи является изучение современных методов государственного стимулирования инновационной активности, классификация этих методов, проведение их сравнительного анализа.

Государственное регулирование рассматривается нами как совокупность различных методов воздействия на объект регулирования [5]. Объектом регулирования в нашем исследовании выступает инновационная сфера экономики, представленная с свою очередь хозяйствующими субъектами – действительными или потенциальными участниками инновационной деятельности.

Традиционно выделяют две основных группы методов государственного регулирования: прямой и косвенный.

Прямое регулирование заключается в непосредственном участии регулирующих органов в рассматриваемом процессе. Косвенное регулирование предполагает создание условий, способствующих достижению желаемого

результата.

Прямые методы стимулирования инновационной активности включают: бюджетное финансирование, кредитование и субсидирование кредитных ставок, создание государственных фондов поддержки науки и инноваций, участие государства в качестве единственного или долевого учредителя научных и инновационных организаций, проведение конкурсов на исполнение государственных контрактов. Группа косвенных методов в сфере инновационного регулирования состоит из таких методов, как: разработка нормативно-правовой базы в сфере научной и инновационной деятельности, развитие инновационной инфраструктуры, разработка программ поддержки и развития научной и инновационной деятельности, налоговое стимулирование, предоставление льгот [1; 4].

Оценим преимущества и недостатки рассматриваемых групп методов, используя 5-ти балльную шкалу, по следующим критериям:

1. Адресность.

С помощью прямых методов воздействие производится на конкретный субъект: получателя бюджетного финансирования, гранта, субсидии, организацию с государственным участием [3]. Косвенные методы охватывают все хозяйствующие субъекты, осуществляющие научную или инновационную деятельность, или определенную их часть в зависимости от направления реализации политики. Таким образом, применение прямых методов обеспечивает тщательный подбор субъектов для оказания поддержки (например, посредством конкурса, тендера), а преимущество косвенных методов заключается в большей вовлеченности экономических субъектов в инновационный процесс, их действие распространяется на широкий круг субъектов и более продолжительно во времени (не ограничено сроками проекта, контракта и т.д.).

Оценка: прямые методы 3 балла; косвенные методы 4 балла.

2. Возможность контроля.

Результаты прямого воздействия легче поддаются контролю, что вытекает из первого критерия. Есть возможность отслеживать, каким образом тратятся выделенные получателю средства, однако существует риск возникновения коррупции, недобросовестного исполнения обязательств, проведения финансовых махинаций [3]. Реализацию мер косвенного стимулирования отследить сложнее, поскольку этот процесс имеет сложную пространственную и временную структуру, а коррупционная составляющая также присутствует. Таким образом, при одинаковой степени риска прямые методы лучше обеспечивают возможность контроля.

Оценка: прямые методы 4 балла; косвенные методы 3 балла.

3. Развитие творческой инициативы.

По сути, применение любых методов стимулирования инновационной активности имеет своей целью развитие творческой инициативы. Однако прямые методы как правило направлены на узкий круг субъектов, уже имеющих отношение к науке и инновациям. Косвенные методы предполагают повышение заинтересованности всех хозяйствующих субъектов во внедрении инноваций, вовлечение новых участников в инновационный процесс. То есть, по данному критерию прямые методы явно уступают косвенным.

Оценка: прямые методы 2 балла; косвенные методы 5 баллов.

4. Затрачиваемые средства.

Прямые методы стимулирования зачастую предполагают единовременное выделение средств. При применении же косвенных методов затраты в большей степени распределены во времени [3; 4]. Сравнивать затраты в абсолютном выражении нецелесообразно, однако закономерным представляется вывод, что затраты на реализацию мероприятий косвенного регулирования имеют больший экономический эффект, поскольку результаты такого воздействия доступны намного большему количеству участников (пользователей инфраструктуры, получателей льгот и т.д.). Это означает, что только наиболее

важные проекты и исследования могут финансироваться напрямую, а для увеличения темпов экономического роста всей страны в целом выгоднее вкладывать средства в создание благоприятных условий для осуществления эффективной предпринимательской деятельности, основанной на научных знаниях и инновациях [2].

Оценка: прямые методы 2 балла; косвенные методы 4 балла.

5. Эффективность мер.

Эффективность прямых методов заключается в первую очередь, в том, что на выходе получается конкретный, измеримый результат – решение поставленных задач в сфере науки и инноваций. А главный эффект косвенного регулирования состоит в положительном влиянии на экономику страны, повышении ее инвестиционной привлекательности, развитии предпринимательской инициативы [4].

Оценка: прямые методы 3 балла; косвенные методы 4 балла.

Итак, общая оценка прямых методов составила 14 баллов, косвенных – 20 баллов, что свидетельствует о преимуществе применения косвенных методов для стимулирования научной и инновационной деятельности. Косвенные методы более соответствуют требованиям рыночной экономики, они способствуют созданию конкурентной среды, заставляя хозяйствующих субъектов работать эффективнее и производительнее, оптимизировать свою деятельность и внедрять инновации [2]. Использование методов косвенного регулирования требует значительных затрат и наличия продуманной политики в области науки и инноваций. И хотя это сопряжено с определенной долей риска, экономический эффект приумножается с каждым дополнительно вовлеченным в инновационный процесс субъектом.

Однако не стоит упускать из вида тот факт, что существуют различия в направленности использования прямых и косвенных методов стимулирования инновационной деятельности.

Прямые методы в большей степени подходят для стимулирования фундаментальных и прикладных исследований, в то время как косвенные методы более эффективны в сфере коммерциализации их результатов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Друева А.А. Государственное стимулирование инновационной деятельности в Российской Федерации // Безопасность бизнеса. – 2012. – №3
2. Максимова Е.Н. Вопросы государственного регулирования инновационной деятельности в рыночной экономике // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – №5
3. Мельникова И. Стимулирование научно-инновационной деятельности: мировой опыт // Журнал международного права и международных отношений. – 2010. – №3
4. Незамайкин В.Н. Интеграция России в процесс глобализации: природно-ресурсный аспект. // Финансы и кредит. – 2006. – №3. С. 16–21.
5. Пивоварова Н.В., Комарова Е.И., Стеба Н.Д. Финансовая поддержка инновационной деятельности: мировой опыт и российская практика // Финансы, денежное обращение и кредит. – 2011. – №9 (82)
6. Полтавский П.А. Государственное регулирование инновационной деятельности // Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – №27 (208)

ПРЕИМУЩЕСТВА ВНЕДРЕНИЯ ERP-СИСТЕМ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

THE ADVANTAGES OF ERP SYSTEM IMPLEMENTATION FOR WHOLESALE ENTERPRISES

K. Zuev

Annotation

The article summarizes the main advantages of the implementation of information systems enterprise resource planning to large enterprises involved in trading sphere designed to automate business processes, improve information provision management. Implementation of ERP is becoming the standard methodology. Producers who hope to be successful in increasing competition in the market, should use ERP system actively just to meet the production efficiency of the competitors. Using ERP facilitates integration helps to reduce errors, reduce the number of unnecessary operations, and improves the ability to forecast and plan, which can provide a significant reduction in costs and improvement in the production process.

Keywords: ERP, information systems integration, enterprise, wholesale, benefits, increasing efficiency.

Зуев Кирилл Александрович

*Магистрант НИУ МЭИ,
консультант SAP группы компаний
"Энержи Консалтинг"*

Аннотация

В статье рассматриваются основные преимущества внедрения информационных систем планирования ресурсов предприятия (Enterprise Resource Planning, ERP) для крупных предприятий торговой сферы, призванные автоматизировать бизнес-процессы компании, повысить информационное обеспечение менеджмента. Применение методологии ERP становится стандартным. Производители, которые надеются иметь успех при возрастающей конкуренции на рынке, должны активно использовать ERP просто для того, чтобы соответствовать производственной эффективности конкурентов. Использование ERP содействует объединению, сокращению ошибок, уменьшению числа ненужных операций, улучшает способности к прогнозу и планированию, что может обеспечить значительное сокращение издержек и улучшение процесса производства.

Ключевые слова:

ERP, информационные системы, внедрение, предприятие, оптовая торговля, преимущества, повышение эффективности.

Новые тенденции в торговле и смежных с ней отраслях, наметившиеся в последнее время, свидетельствуют о переходе рынка к стадии зрелости, что подтверждают растущее давление со стороны поставщиков и покупателей, снижение прибыли, повышение конкуренции. Российские дистрибьюторы сталкиваются с такими проблемами, как нестабильная экономическая ситуация, рост операционных расходов, ценовые и маркетинговые войны конкурентов. Зачастую производители предпочитают работать напрямую с розничными сетями, а сети повышают требования к качеству и срокам, в результате снижается рентабельность и эффективность, ограничивается рост доходов участников рынка.

Чтобы выжить в условиях рынка и сохранить лидирующие позиции, оптовым компаниям необходимо успешно конкурировать с крупными предприятиями, развивать каналы продаж, предпринимать меры по снижению операционных расходов, выходить на новые рынки, а значит, эффективно управлять ключевыми бизнес-процессами, такими как: закупки и движение товара от производителя к дилерам и компаниям-заказчикам; мониторинг и поддержание уровня запасов; управление ассортиментом, лояльностью клиентов, ценами и скидками; анализ ин-

формации для принятия оперативных управленческих решений. Компаниям в сфере оптовой торговли необходимы инструменты для эффективного управления дилерской сетью, проведения гибкой ценовой и ассортиментной политики, оптимизации бизнес-процессов.

Повысить эффективность бизнес-процессов и значительно улучшить финансовые показатели оптовой компании можно за счет внедрения ERP-систем мирового класса. По результатам исследований, это позволяет сократить ассортимент на 10–15% за счет отказа от не прибыльных позиций, снизить затраты на логистику на 3–5%, иметь доступ к достоверной информации в режиме реального времени.

Предлагаемые сегодня на рынке ERP-системы для автоматизации оптовой торговли разнообразны: они отличаются как областью своего применения, так и "весовыми категориями".

К примеру решение SAP Business All-in-One – это ERP-система мирового класса для управления бизнес-процессами компании, настроенная с учетом отраслевой специфики и поддерживающая постоянный рост предприятия, при этом обеспечивается надежная платформа

для дальнейшего развития бизнеса. Отраслевое решение для оптовой торговли адаптировано под специфику отрасли и обладает такими преимуществами, как оптимальные практики выполнения процессов, экономный бюджет, удобство в использовании, получение ощутимой отдачи и защита инвестиций.

Решение SAP для оптовой торговли включает функциональные возможности, поддерживающие управление следующими бизнес-процессами.

- ◆ **Управленческий учет (контроллинг)** – решение содержит информацию, необходимую для принятия управленческих решений, которая позволяет координировать, отслеживать и оптимизировать все процессы на предприятии, в том числе вести учет по местам возникновения затрат и прибыли. В задачи контроллинга также входит планирование себестоимости продукции, связанной со структурой логистической сети, маркетинга, сбыта и сервиса.

- ◆ **Бухгалтерский учет** – решение позволяет вести бухгалтерский учет в соответствии с Российским законодательством. Локализация решения выполнена вендором (SAP СНГ) и рекомендована Министерством Финансов Российской Федерации. Важно, что решение SAP было создано для крупных компаний (холдингов) и имеет все необходимые инструменты для ведения учета.

- ◆ **Учет основных средств** – решение предоставляет возможность отразить весь жизненный цикл основных средств с момента заказа или первого поступления и до момента его выбытия, рассчитать запланированную амортизацию до конца финансового года для каждого основного средства, имеет множество конфигураций периодических отчетов.

- ◆ **Закупки и управление материальными потоками** – закупка сырья и материалов в системе регистрируется набором операций, таких как ведение договоров, обработка заявок и заказов на закупку, поступление материалов на склад, контроль счетов-фактур поставщика. Система позволяет контролировать все движение товарно-материальных ценностей и управлять взаимоотношениями с поставщиками на стратегическом и оперативном уровнях, снижать операционные издержки.

- ◆ **Сбыт и распределение** – система поддерживает весь процесс работы с клиентом: от поступления заявки до отгрузки и оформления счетов-фактур. Удобно организована работа с разными каналами сбыта, что особо актуально для территориально-распределенных компаний. Гибкая система калькуляции позволяет вести детальный анализ затрат по сбыту. Система резервирования и континирования товара полностью исключает человеческий фактор как причину ошибочной отгрузки товара. Такой подход способствует удержанию клиентов и по-

вышению их лояльности и, как следствие, получению дополнительных доходов.

- ◆ **Логистика и управление складскими запасами** – решение поддерживает аналитику спроса на определенные категории товаров, что позволяет гибко реагировать на рыночные тенденции. Это дает возможность управлять процессами входящих и исходящих поставок (например, объединение заказов), оптимально использовать транспортный парк и избегать скопления излишков товаров, поддерживать уровень складских запасов в экономически выгодном объеме. Кроме того, отраслевое решение предусматривает такие новые услуги, как прямая продажа с транспорта, прямая доставка клиентам и совместное с поставщиком управление запасами.

- ◆ **Взаимоотношения с партнерами и поставщиками** – решение дает возможность предоставлять партнерам различные финансовые услуги, такие как централизованное регулирование и фактурирование, факторинговые операции, а также помогает оптимизировать финансовые соглашения с поставщиками, отслеживать информацию о затратах на основе счетов-фактур и регулировать размер их бонусов. Это в свою очередь позволяет повысить прозрачность затрат, значительно снизить финансовые и операционные издержки и более точно рассчитывать рентабельность бизнес-отношений.

- ◆ **Организация продаж и управление взаимоотношениями с клиентами** – решение предполагает дополнительные маркетинговые услуги и услуги в области организации продаж при оптовом распределении, такие как Интернет-продажи, управление информацией о клиентах и изменение комплектации заказов в соответствии со спецификациями клиентов.

Типовое решение охватывает все основные торговые процессы и имеет удобный пользовательский интерфейс. "Заказ клиента" содержит большое число полей – в системе можно увидеть цену товара, поменять его количество, определить схемы поставки, посмотреть доступные на складе товары и выбрать необходимое количество для отгрузки. Кроме того, можно посмотреть весь поток документов по клиентскому заказу и получить важную для бизнеса информацию. В SAP логистика связана с финансами и анализом результатов – сотрудник видит отчет по результатам продаж и прибыль от работы с клиентом, может ознакомиться с результатами по компании в целом (выручка, объем сбыта, себестоимость, скидки, бонусы). Информация по отчетам доступна в текстовом и графическом виде. Можно отслеживать выполнение плана и оперативно принимать управленческие решения. Решение поддерживает сценарии планирования "сверху вниз" и "снизу вверх", ключевые показатели и уровни планирования гибко настраиваются. Стандартные инструменты SAP помогают упростить работу по построению сбытовых и финансовых планов. Таким образом, типовое решение

Softline для оптовой торговли помогает компаниям эффективно управлять процессами и сократить затраты. При этом использование "SLSL Wholesale Trade" дает возможность сохранить все преимущества внедрения SAP при снижении срока проекта и его стоимости в два раза.

Автоматизация оптовой торговли:
преимущества для бизнеса

ERP-решения SAP обладают следующими преимуществами для бизнеса оптовых компаний:

- ◆ оптимизация ежедневно выполняемых операций, таких как процессы "от закупок до платежей" и "от размещения заказа до получения наличных денежных средств";
- ◆ повышение рентабельности деятельности предприятия путем оптимизации отношений с поставщиками и четкой организации продаж;
- ◆ повышение эффективности логистических, сбытовых, финансовых, маркетинговых и других бизнес-процессов за счет снижения операционных затрат;
- ◆ возможность анализировать экономическую эффективность различных бизнес-процессов в режиме реального времени;
- ◆ принятие обоснованных стратегических решений на основе полной и актуальной бизнес-информации;
- ◆ поддержка стратегии роста и развития бизнеса – вместе с появлением новых бизнес-процессов и сценариев работы компании расширяется и функциональность решения, новые компоненты и модули легко интегриру-

ются, не влияя на текущую работу в системе;

- ◆ надежность и стабильность – решение базируется на SAP Best Practices – лучших мировых практиках, запатентованных компанией SAP в ходе многолетней успешной консалтинговой работы с оптовыми компаниями.

Решение SAP в оптовой компании:
результаты и выгоды внедрения

Рассмотрим результаты внедрения типового решения SAP для оптового бизнеса на примере компании-клиента Energy Consulting – "Фармэксперт". Предприятие осуществляет закупки и оптовые поставки лекарственных средств, субстанций, продукции медицинского назначения, лечебной косметики и сопутствующих товаров. Специалисты Softline осуществили проект внедрения типового решения для оптовой торговли "SLSL Wholesale Trade" на платформе SAP Business All-in-One за два месяца. В результате были автоматизированы бизнес-процессы по финансам и бухгалтерии, по управленческому учету, по закупкам и управлению запасами, по продажам и поставкам. Настроены и реализованы специфические для фармацевтической отрасли бизнес-процессы.

Внедрение SAP дало возможность компании "Фармэксперт" сократить затраты на сбыт, маркетинг и логистику, соответствовать законодательным требованиям по качеству и безопасности лекарственных препаратов, принимать обоснованные решения на основе полной и актуальной бизнес-информации.

Как отмечает руководство, благодаря внедрению системы стало возможным контролировать текущие бизнес-процессы в реальном времени, что помогает вовремя вносить корректировки и изменения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дэниел О'Лири. ERP системы. Современное планирование и управление ресурсами предприятия, Вершина, 2004. 272 с.
2. С. В. Питеркин, Н. А. Оладов, Д. В. Исаев. Точно вовремя для России. Практика применения ERP-систем., Альпина Паблицер; 2010; 368с.
3. SAP – Экономия времени и снижение затрат, 2013, URL: <http://www.sap.com>

© К.А. Зуев, [zeir@yandex.ru], Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



ВНЕШНИЙ ДОЛГ КАЗАХСТАНА: СОСТОЯНИЕ, ДИНАМИКА, ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

EXTERNAL DEBT OF KAZAKHSTAN: CURRENT STATUS, DYNAMICS, PROSPECTS FOR SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT

*G. Kalkabaeva
M. Asanova*

Annotation

The article identified the major problems in Kazakhstan associated with attracting and using foreign loans. The authors give updated forecast for the foreign debt of Kazakhstan in the medium term, taking into account the allowable optimal level of external debt, and show the necessity of taking measures to reduce the rate of growth of external debt. It gives the proposals to increase the efficiency of the external debt of the Republic of Kazakhstan at the present stage.

The work is the result of research being undertaken by the authors on the statistical materials of the World Bank for the years 2008–2011 and the National Bank of the Republic of Kazakhstan in 2008–2012. The recommendations proposed in the article can be used by government agencies in developing a strategy for external debt management.

Keywords: external debt, analysis of indicators, GDP, economic forecast, external debt management.

Калкабаева Гаухар Муратовна

К.э.н., доцент,

*Карагандинский экономический
университет Казпотребсоюза*

Асанова Марина Александровна

Докторант, PhD,

*Карагандинского экономического
университета Казпотребсоюза*

Аннотация

В статье выявлены основные проблемы Казахстана, связанные с привлечением и использованием внешних займов, уточнен прогноз динамики внешней задолженности Казахстана на среднесрочную перспективу с учетом оптимально допустимого уровня внешнего долга. Обоснована необходимость принятия мер по снижению темпов роста внешних заимствований. Сформулированы предложения по повышению эффективности управления внешним долгом Казахстана на современном этапе. Работа является результатом исследований, которые проводились авторами на статистических материалах Всемирного Банка за 2008–2011 гг. и Национального Банка Республики Казахстан за 2008–2012 гг. Рекомендации, предложенные в работе, могут быть использованы государственными структурами при разработке стратегии управления внешним долгом.

Ключевые слова:

Внешние займы; анализ показателей; ВВП; прогноз; управление внешним долгом.

Управление внешним долгом является одной из приоритетных задач государства. Как показывает опыт зарубежных стран, эффективная система управления внешним долгом может обеспечить оперативное привлечение необходимого объема заимствований для удовлетворения финансовых потребностей государства, сэкономить существенные финансовые ресурсы путем оптимизации структуры долга и графиков обслуживания долга, минимизировать риски заимствований в иностранной валюте.

Исследования показали, что в управлении внешним долгом в Казахстане не наблюдалось системного подхода. После мирового финансового кризиса Казахстан пересмотрел стратегию по привлечению внешних заимствований. В результате, благодаря принятым в Казахстане антикризисным мерам и высоким мировым ценам на минерально-сырьевые ресурсы, установившимся в данный период, удалось несколько снизить темпы роста внешнего долга. Однако структура внешнего долга республики по-прежнему не является оптимальной для це-

лей его эффективного управления.

Для совершенствования стратегии управления внешним долгом необходим тщательный анализ современных тенденций развития международных кредитных отношений, изучение зарубежного опыта управления, а также научное обоснование необходимых изменений в государственной политике в данной области.

Одним из аспектов всестороннего исследования проблемы внешней задолженности в Казахстане является сравнительный анализ динамики и структуры внешнего долга стран СНГ. Как известно, после распада СССР бывшие союзные республики стали разрабатывать и проводить самостоятельную политику управления внешними заимствованиями. Поэтому в основе причин возникновения сложностей в сфере обслуживания внешнего долга данных стран лежат как схожие, так и различные черты.

При анализе показателей внешнего долга принято

использовать систему показателей внешней задолженности страны, разработанную Международным валютным фондом совместно с другими международными организациями в документе "Статистика внешнего долга: руководство для составителей и пользователей" [1].

Важным показателем в системе показателей внешней задолженности страны выступает размер внешнего долга. Динамика роста объемов внешнего долга анализируемой группы стран СНГ представлена в **таблице 1**.

За период 2008–2011 гг. у исследуемой группы стран СНГ, приведенной в таблице 1, произошло увеличение объемов внешнего долга. Наиболее высокие темпы роста этого показателя наблюдаются: в 2008 году – у Таджикистана, Кыргызской Республики, Украины; в 2009 году – у Армении, Беларуси и Узбекистана; в 2010 году – у Азербайджана, Беларуси, Армении; в 2011 году – у Кыргызской Республики, Армении, Азербайджана. Темпы прироста внешнего долга Республики Казахстан и Российской Федерации за анализируемый период не превысили 10%, то есть находятся на достаточно низком уровне.

В **таблице 2** представлена динамика отношения внешнего долга к валовому внутреннему продукту (ВВП) исследуемой группы стран СНГ [2].

В соответствии с данными **таблицы 2** высокий уровень показателя – отношение валового внешнего долга к ВВП

– за период 2008–2011 гг. наблюдался у Казахстана, Кыргызстана, Украины (свыше 60%). Внешний долг Армении к ВВП за анализируемый период резко возрос с 30% до 72,5%. В пределах критического уровня 50% к ВВП находился внешний долг Беларуси и Таджикистана. Отношение внешнего долга Российской Федерации, Узбекистана и Азербайджана к ВВП за период 2008–2011 гг. не превышало 40%. Для Казахстана характерной особенностью стало резкое снижение отношения внешнего долга к ВВП с 97% в 2009 году до 66% к концу 2011 года.

Динамика объемов государственного и гарантированного государством внешнего долга Казахстана и отдельных стран СНГ представлена в **таблице 3**.

Анализируя объемы государственного и гарантированного государством внешнего долга отдельных стран СНГ, можно отметить тенденцию увеличения размеров государственных внешних заимствований во всех анализируемых странах. Значительный рост государственного и гарантированного государством внешнего долга за период 2008–2011 гг. произошел у Беларуси и Казахстана, почти в 2,5 раза. Наибольший удельный вес государственного и гарантированного государством внешнего долга (более 40%) в общем объеме внешнего долга страны наблюдался у Азербайджана, Таджикистана, Кыргызской Республики и Узбекистана. Наименьшую долю в общей сумме внешних заимствований составил государственный и гарантированный государством внешний

Таблица 1

Объем и темпы роста внешнего долга отдельных стран СНГ (на конец периода)

Страна	2008 г.		2009 г.		2010 г.		2011 г.	
	млрд. долл. США	темпы роста, %	млрд. долл. США	темпы роста, %	млрд. долл. США	темпы роста, %	млрд. долл. США	темпы роста, %
Казахстан	106,7	110,9	112,0	104,9	119,2	106,4	124,4	104,3
Армения	3,5	116,6	5,0	142,8	6,2	124,0	7,4	119,3
Азербайджан	4,5	119,5	4,8	106,6	7,2	150,0	8,4	116,6
Беларусь	12,9	117,5	17,9	138,7	25,6	143,0	29,1	113,6
Кыргызская Республика	3,6	125,9	4,1	113,9	4,1	100,0	5,5	134,1
Российская Федерация	493,9	104,8	479,0	96,9	510,2	106,5	543,0	106,4
Таджикистан	2,5	185,4	2,7	108,0	3,1	114,8	3,3	106,4
Украина	97,7	124,6	99,3	101,6	116,0	116,8	134,5	115,9
Узбекистан	5,1	109,8	6,9	135,3	7,7	111,6	8,4	109,1

* Примечание: рассчитано по данным Всемирного Банка - The World Bank. Indicator. External debt[2]

Таблица 2

Отношение внешнего долга к ВВП отдельных стран СНГ (в процентах)

Страна	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Казахстан	79,9	97,1	80,5	66,2
Армения	29,9	58,1	65,9	72,5
Азербайджан	9,2	10,8	13,6	13,2
Беларусь	21,2	36,4	46,4	52,8
Кыргызская Республика	70,6	87,2	85,4	93,2
Российская Федерация	29,7	39,2	34,3	29,2
Таджикистан	48,1	55,1	55,3	50,8
Украина	54,3	84,7	85,0	81,4
Узбекистан	18,3	21,0	19,6	18,5

* Примечание: рассчитано по данным Всемирного Банка - The World Bank. Indicator. External debt[2]

Таблица 3

Государственный и гарантированный государством внешний долг отдельных стран СНГ (на конец периода)

Страна	2008 г.		2009 г.		2010 г.		2011 г.	
	млрд. долл. США	доля в валовом внешнем долге, %	млрд. долл. США	доля в валовом внешнем долге, %	млрд. долл. США	доля в валовом внешнем долге, %	млрд. долл. США	доля в валовом внешнем долге, %
Казахстан	1,9	1,8	2,5	2,2	3,8	3,2	4,7	3,8
Армения	1,4	40,0	2,4	48	2,5	40,3	2,7	36,5
Азербайджан	2,7	60,0	3,3	68,8	3,9	54,2	4,6	54,8
Беларусь	3,7	28,7	4,8	26,8	7,7	30,1	9,1	31,3
Кыргызская Республика	1,9	52,8	2,3	56,1	2,4	58,5	2,6	47,3
Российская Федерация	151,1	30,6	197,4	41,2	183,2	35,9	192,2	35,4
Таджикистан	1,4	56,0	1,6	59,3	1,8	58,1	1,9	57,6
Украина	14,0	14,3	13,0	13,1	16,0	13,8	17,9	13,3
Узбекистан	3,1	60,8	3,2	46,4	3,4	44,2	3,7	44

* Примечание: рассчитано по данным Всемирного Банка - The World Bank. Indicator. External debt[2]

долг Казахстана (3,8% на конец 2011 года).

Показателем устойчивости долговой ситуации может служить отношение расходов по обслуживанию внешнего долга к экспорту товаров и услуг, характеризующее степень чувствительности погашения внешних обяза-

тельств к изменению объемов поступлений от экспорта. Рекомендуемое предельное значение не более 20–30%. Расходы по обслуживанию внешнего долга к экспорту товаров и услуг отдельных стран СНГ за период 2008–2011 гг. представлены в **таблице 4**.

Таблица 4

Расходы по обслуживанию внешнего долга к экспорту товаров и услуг отдельных стран СНГ (в процентах)

Страна	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011 г. к 2010 г.
Казахстан	49,9	50,7	58,3	34,6	-23,7
Армения	13,3	20,6	33,4	25,4	-8,0
Азербайджан	0,9	1,5	1,4	4,9	+3,5
Беларусь	3,3	5,3	4,9	4,5	-0,4
Кыргызская Республика	11,9	10,4	21,9	11,8	-10,1
Российская Федерация	11,3	17,0	11,8	10,5	-1,3
Таджикистан	7,1	38,0	44,9	нет данных	-
Украина	20,0	39,6	39,0	30,8	-8,2
Узбекистан	нет данных	нет данных	нет данных	нет данных	-

* Примечание: рассчитано по данным Всемирного Банка - The World Bank. Indicator. External debt[2]

При анализе расходов по обслуживанию внешнего долга к экспорту товаров и услуг 7 стран СНГ была выявлена общая тенденция снижения данного показателя в 2011 году (кроме Азербайджана). Самые высокие значения рассматриваемого параметра наблюдались у Казахстана: в 2010 году произошло увеличение с 50% до 58,3%, а затем к концу 2011 года снижение до 34,6%. Кроме того, в отдельные годы данный показатель находился выше критического уровня у Армении, Таджикистана и Украины. Отношение расходов по обслуживанию внешнего долга к экспорту товаров и услуг остальных анализируемых стран не превышало рекомендуемое предельное значение.

Международные резервы страны могут рассматриваться в качестве одного из источников погашения внешнего долга. В связи с этим, важным аспектом анализа долговой ситуации является изучение такого показателя, как отношение международных резервов к внешнему долгу (таблица 5).

Рассматривая динамику объемов международных резервов в исследуемой группе государств, можно отметить тенденцию постепенного наращивания своих резервов у Беларуси, Казахстана, Кыргызской Республики, России, Таджикистана. У Азербайджана в 2009 году наблюдалось снижение размера международных резервов, а затем к концу 2011 года значительное их увеличение. Международные резервы Армении после 2009 года уменьшились с 2 млрд. долл. США до 1,932 млрд. долл. США. Международные резервы Украины за 2011 год снизилась с 34, 571 млрд. до 31,788 млрд. долл. США.

Соотношение международных резервов к внешнему долгу составляло менее 40% в большинстве анализируемых стран: Казахстане, Армении, Беларуси, Кыргызской Республике, Таджикистане, Украине. Международные резервы Азербайджана значительно превысили объем валового внешнего долга (122,3% в 2011 году). Отношение резервов к внешнему долгу у Российской Федерации в период 2009–2011 гг. составило более 90%.

В результате проведенного сравнительного анализа следует отметить, что у Казахстана наблюдались и общие черты развития долговой ситуации с исследуемой группой стран СНГ, и свои характерные особенности. По объему внешнего долга Казахстан в период с 2008 по 2011 годы занимал третье место в рассматриваемой группе стран СНГ. Хотя темпы прироста внешнего долга Республики Казахстан с 2008 года не превышали 7%, отношение валового внешнего долга к ВВП сохранялось на достаточно высоком уровне (свыше 60%). В общей сумме внешних заимствований Казахстана возросла доля государственного и гарантированного государством внешнего долга (3,8% на конец 2011 года). Кроме того, в исследуемой группе стран СНГ самые высокие значения расходов по обслуживанию внешнего долга к экспорту товаров и услуг наблюдались именно у Казахстана. В период 2008–2011 гг. отношение международных резервов Казахстана к внешнему долгу составило менее 25% – одно из самых низких уровней среди исследуемых стран СНГ.

Вместе с тем, анализируя внешнюю задолженность Республики Казахстан (РК), наряду с рассмотренными показателями необходимо учесть и те изменения, которые произошли в структуре внешнего долга (таблица 6).

Таблица 5

Международные резервы (включая золото) отдельных стран СНГ (на конец периода)

Страна	2008 г.		2009 г.		2010 г.		2011 г.	
	млрд. долл. США	отношение к внешнему долгу, %	млрд. долл. США	отношение к внешнему долгу, %	млрд. долл. США	отношение к внешнему долгу, %	млрд. долл. США	отношение к внешнему долгу, %
Казахстан	19,9	18,6	23,2	20,7	28,3	23,7	29,2	23,5
Армения	1,4	40,2	2,0	40,1	1,9	30,1	1,9	26,1
Азербайджан	6,5	144,0	5,4	112,0	6,4	89,0	10,3	122,3
Беларусь	3,1	23,7	5,6	31,5	5,0	19,6	7,9	27,0
Кыргызская Республика	1,2	34,0	1,6	38,6	1,7	42,0	1,8	33,3
Российская Федерация	426,3	86,3	439,3	91,7	479,0	93,9	497,4	91,6
Таджикистан	0,2	6,5	0,3	9,4	0,4	13,0	0,5	15,7
Украина	31,5	32,3	26,5	26,7	34,6	29,8	31,8	23,6
Узбекистан	нет данных	-	нет данных	-	нет данных	-	нет данных	-

* Примечание: рассчитано по данным Всемирного Банка - The World Bank. Indicator. External debt[2]

Таблица 6

Структура внешнего долга Республики Казахстан (на конец периода)

Показатели	2008 г.		2009 г.		2010 г.		2011 г.		2012 г.	
	млрд. долл. США	в % к внешнему у долгу	млрд. долл. США	в % к внешнему у долгу	млрд. долл. США	в % к внешнему у долгу	млрд. долл. США	в % к внешнему у долгу	млрд. долл. США	в % к внешнему у долгу
Сектор государственного управления	1,6	1,48	2,2	1,95	3,8	3,21	4,5	3,59	4,9	3,58
Органы денежно-кредитного регулирования	0,01	0,01	1,0	0,89	1,0	0,85	0,6	0,48	0,6	0,44
Банки	39,2	36,32	30,2	26,77	19,9	16,84	14,6	11,7	13,6	9,93
Другие сектора	67,1	62,19	79,4	70,39	93,5	79,10	105,5	84,3	117,9	86,05
Всего валовой внешний долг	107,9	100,0	112,8	100,0	118,2	100,0	125,2	100,0	137,0	100,0

* Примечание: рассчитано по данным Национального Банка Республики Казахстан [3]

За период 2008–2012 гг. доля внешнего долга Правительства РК и Национального Банка РК в суммарном значении в общем объеме внешнего долга республики увеличилась с 1,5% до 4%. Это связано в основном с поступлением очередных траншей по займам от международных финансовых организаций в рамках реализации проекта "Западная Европа – Западный Китай" [3]. В дальнейшем Правительством Казахстана прогнозирует

рост внешнего долга сектора государственного управления до 5,8 млрд. долл. за счет выпуска еврооблигаций в целях финансирования дефицита республиканского бюджета в 2013 году [4].

Удельный вес внешнего долга других секторов, включая межфирменную задолженность, вырос с 62% до 86% за счет освоения резидентами внешних займов, привле-

ченных как от аффилированных, так и от других нерезидентов.

Сокращение доли внешнего долга банков второго уровня за анализируемый период с 36% до 10% во многом объясняется снижением обязательств банков по долговым ценным бумагам, сокращением задолженности по полученным от нерезидентов займам и реструктуризацией долгов АО "БТА Банк". Как известно, особенностью привлечения внешних заимствований Казахстаном в период 2003–2007 гг. явилась агрессивная политика банковского сектора, когда темпы роста банковского внешнего долга превышали 200% в год. С наступлением мирового финансового кризиса отдельные системообразующие банки страны столкнулись с большими проблемами, в числе которых кризис ликвидности, угроза дефолта по внешним заимствованиям и др. В настоящее время сокращение объемов внешнего финансирования негативно повлияло на способность банков предоставлять новые кредиты и стало одним из факторов снижения темпов кредитования экономики в посткризисный период.

При рассмотрении отраслевой направленности внешних займов следует отметить, что в 2012 году значительная доля (более 50%) внешних заимствований приходилась на финансирование добычи и разведки, транспортировки и обработки сырьевых ресурсов. В ходе анализа внешнего долга Казахстана по отраслям вложения выявлены такие тенденции, как увеличение внешнего финансирования деятельности по добыче нефти, природного газа и металлических руд, а также разработки нефтегазовых и золотомедных месторождений Казахстана. Следовательно, основная часть внешнего долга республики приходится на добывающий сектор.

Таким образом, в развитии ситуации с внешним долгом Республики Казахстан прослеживаются тенденции, которые в будущем могут спровоцировать развитие дол-

гового кризиса. Высокие темпы роста валового внешнего долга, превысившие в 2012 году темпы роста ВВП и экспорта товаров и услуг, низкая эффективность использования либо непроизводительный характер ряда внешних заимствований, повышенные процентные ставки по внешним займам, зависимость размеров поступлений валютных ресурсов в страну от мировой конъюнктуры на рынках энергоносителей обуславливают уязвимость экономики к внешним шокам. В этих условиях отсутствие четкой программы улучшения долговой ситуации может привести к дальнейшему развитию имеющихся негативных тенденций, поставив социально-экономическое развитие страны в ближайших десятилетиях в зависимость от решения проблемы внешней задолженности.

Для определения перспектив заимствований Казахстаном представляется целесообразным определить размер оптимально допустимого уровня внешнего долга. С этой целью был сделан расчет с использованием показателя отношения валового внешнего долга к валовому внутреннему продукту страны.

В таблице 7 представлены результаты расчета допустимого уровня внешнего долга для прогнозируемых значений ВВП Республики Казахстан. Значения ВВП на 2013–2015 гг. рассчитаны на основе сценариев развития экономики страны, разработанных в "Основных направлениях денежно-кредитной политики Национального Банка РК на 2013 год" [5] и "Прогноза социально-экономического развития Республики Казахстан на 2013–2017 годы"[6].

При расчете оптимально допустимого уровня внешнего долга было учтено то, что целью Концепции по управлению государственным и валовым внешним долгом в Республике Казахстан является формирование единой и эффективно функционирующей системы управления долгом страны, позволяющей снизить существующий уровень валового внешнего долга страны до уровня 65–

Таблица 7

Прогноз ВВП и внешнего долга Республики Казахстан на 2013-2015 гг. (млрд. долл. США)

Показатели	2012 г.	2013 г. (прогноз)	2014 г. (прогноз)	2015 г. (прогноз)
Годовой прирост ВВП		6,0%	6,1%	7,6%
ВВП, млрд. долл. США	201,4	213,5	226,5	243,7
<i>1 вариант</i> Валовой внешний долг при уровне 70% к ВВП		149,4	158,5	170,6
<i>2 вариант</i> Валовой внешний долг при уровне 50% к ВВП		106,8	113,3	121,9

* Примечание: рассчитано по данным Правительства РК и Национального Банка РК

70 % к ВВП в среднесрочном периоде [7]. Вместе с тем, рекомендованный Всемирным Банком критический уровень отношения внешнего долга к ВВП составляет 50%.

Результаты расчетов, представленные в таблице 7, показали следующее:

- ◆ если в качестве безопасного уровня внешней задолженности брать уровень 70% к ВВП, предусмотренный Концепцией, размер валового внешнего долга Казахстана не должен превышать в 2013 году 149,4 млрд. долл. США, в 2014 году – 158,5 млрд. долл. США, а в 2015 году – 170,6 млрд. долл. США.

- ◆ если в качестве безопасного уровня внешней задолженности брать уровень 50% к ВВП, рекомендованный Всемирным Банком, валовой внешний долг Казахстана не должен превышать в 2013 году 106,8 млрд. долл. США, в 2014 году – 113,3 млрд. долл. США, а в 2015 году – 121,9 млрд. долл. США.

Второй вариант прогноза валового внешнего долга с учетом рекомендованного критического уровня предполагает значительное снижение объема внешнего долга в 2013 году и дальнейшее ограничение его прироста в последующем периоде. Возможно соблюдение значений второго варианта прогноза позволит стране уйти от проблемы долговой зависимости и обеспечить привлекательные условия для новых внешних займов.

Необходимость снижения темпов роста внешнего долга Республики Казахстан обуславливает принятие ряда мер по оптимизации процесса привлечения и использования внешних займов, таких как:

- ◆ установление дифференцированных лимитов на привлечение внешних займов, направленных на создание условий для реализации преимущественно нацио-

нальных проектов в области индустриально-инновационного развития страны;

- ◆ установление официальных верхних пределов отношения валового внешнего долга к ВВП и экспорту товаров и услуг и др.;

- ◆ создание полноценной системы управления рисками в национальных компаниях и холдингах в целях минимизации системных рисков долга и своевременного выявления угроз долговой устойчивости;

- ◆ ужесточение контроля государства за целевой направленностью заимствованных средств с позиции эффективного достижения поставленных целей социально-экономического развития страны;

- ◆ совершенствование системы анализа, оценки и мониторинга внешних заимствований негосударственного сектора;

- ◆ диверсификация источников заимствований и валютной структуры внешнего долга;

- ◆ оптимизация и рационализация выплат по обслуживанию и погашению внешнего долга за счет улучшения его структуры;

- ◆ внесение изменений в институциональные основы управления внешним долгом Казахстана с созданием отдельной структуры по типу независимого агентства по управлению внешним долгом, которое могло бы заниматься вопросами контроля, учета и оперативного управления внешним долгом.

Углубление противоречий в развитии мировой финансовой системы, ее неспособность предотвратить глобальные и региональные финансовые кризисы вызывает необходимость более полного использования внутренних факторов в решении долговых проблем. В этой связи особое значение приобретает выработка новой национальной стратегии управления внешним долгом Казахстана, учитывающей политику международного сообщества и соответствующий мировой опыт.

ЛИТЕРАТУРА

1. External debt statistics: guide for compilers and users. Washington, D.C.: International Monetary Fund. – 2003. – P. 309
2. The World Bank. Indicator. External debt. – URL: <http://data.worldbank.org/indicator/DT.DOD.DECT.CD> (дата обращения: 20.04.2013)
3. Платежный баланс и внешний долг за 2012 год. Сайт Национального Банка Республики Казахстан. – URL: http://www.nationalbank.kz/cont/publish426299_10452.pdf (дата обращения: 25.04.2013)
4. Турежанова М. Бюджет подкрепляется еврооблигациями. //Казахстанская правда. – 1 февраля 2013 года
5. Основные направления денежно-кредитной политики на 2013 год, одобренные Постановлением Правления Национального Банка РК 25 января 2013 года
6. Прогноз социально-экономического развития Республики Казахстан на 2013–2017 годы, одобренный на заседании Правительства РК 28 августа 2012 года
7. Концепция по управлению государственным и валовым внешним долгом в Республике Казахстан, одобренная Указом Президента Республики Казахстан от 29 декабря 2006 года №234
8. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Критерии оценки эффективности управления природно-ресурсным комплексом территории // Финансы и кредит. 2006. № 19. С. 25–31.

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

PRIORITY DIRECTIONS OF HIGHER EDUCATIONAL ESTABLISHMENT MARKETING SYSTEM

*E. Kel'bakh
E. Kosyakova*

Annotation

The article is devoted the problem of development of educational services marketing. Marketing meaningfulness is certain in the field of education. Advantages and distinguishing features of marketing of educational services are selected.

Keywords: marketing, educational sphere, consumer, educational service, higher educational establishment.

*Кельбах Екатерина Иосифовна
ФГБОУ ВПО "Пермская государственная
сельскохозяйственная академия
им. Д. Н. Прянишникова"
Косякова Екатерина Николаевна
ФГБОУ ВПО "Пермский
государственный национальный
исследовательский университет"*

Аннотация

Статья посвящена проблеме развития маркетинга образовательных услуг. Определена значимость маркетинга в сфере образования. Выделены преимущества и отличительные черты маркетинга образовательных услуг.

Ключевые слова:

Маркетинг, сфера образования, потребитель, образовательная услуга, ВУЗ.

Сегодня с полной уверенностью можно констатировать становление рыночных отношений в сфере образовательных услуг, сопряженных с обострением конкуренции между образовательными учреждениями за привлечение потенциальных клиентов [1, с. 90]. Поэтому в последние годы большую актуальность приобрели проблемы развития маркетинга образовательных услуг [2, с. 26].

Маркетинг в сфере образования – это философия, стратегия и тактика отношений и взаимодействий потребителей и производителей образовательных услуг и продуктов в условиях рынка, свободного выбора приоритетов и действий с обеих сторон.

Суть маркетинга как философии рынка выражается прежде всего в том, что во главу угла ставятся запросы потребителей [1, с. 90]. Потребитель независим в своем выборе, однако грамотный маркетинг может повлиять на мотивацию, и на его поведение, и на последующую оценку образовательной услуги. В отличие от маркетинга товаров маркетинг образовательных услуг должен быть направлен не только на представление необходимой информации об услуге, а прежде всего на "усиление" ее индивидуальных ценностей, более четкое представление тех преимуществ, которые выпускник получит после обучения [3, с. 97].

Главные задачи образовательного маркетинга:

- ◆ выявление реального спроса на выпускников учебного заведения по специальностям и специализациям;

- ◆ поиск того вида деятельности, который обеспечит доход учебному заведению;
- ◆ организация дополнительной деятельности [1, с. 91];
- ◆ исследование рынка труда региона для определения наиболее востребованных профессий и перспектив развития данных потребностей в связи с реструктуризацией экономики;
- ◆ изучение рынка образовательных услуг, запросов потребителей этих услуг;
- ◆ создание в вузе условий постоянной адаптации к социальному запросу региона на специалистов по профилям;
- ◆ организация управления вузом для максимального удовлетворения запросов потребителей образовательных услуг;
- ◆ учет геополитического положения региона для определения оптимальной стратегии в маркетинговой политике [5, с. 130].

Решение этих задач может быть осуществлено с помощью организации в учебном заведении отдела маркетинга, к ведущим функциям которого относятся: исследование рынка образовательных услуг; оценка потребителями качества образовательных услуг; экспертиза качества подготавливаемых специалистов; работа с реальными и потенциальными потребителями образовательных услуг; формирование имиджа учебного заведения; политика ценообразования; выявление конкурентов; предвидение дополнительных услуг и т. д. [1, с. 91].

Отличительными или ценностными преимуществами образовательных услуг являются:

1. Выгода для покупателей (экономического или психологического характера). Потребители должны осознавать роль различных выгод от образовательной услуги в повышении их ценности на рынке труда или эффективности их деятельности: решение конкретных проблем предприятия, приобретение новых связей и контактов.

2. Уникальность. Предлагаемая ценность должна восприниматься покупателями как уникальная, отличная от тех, которые несут в себе услуги конкурентов (наличие международной аккредитации, обеспечение собственными учебно-методическими разработками для самостоятельной работы, возможность общения с представителями бизнеса и государства).

3. Прибыльность. Предложение образовательной услуги по цене, с издержками и в объеме, делающими ее прибыльной (взвешенная рекламная деятельность, активное использование информационных технологий, внедрение программного обеспечения в организацию учебного процесса).

4. Устойчивость. Трудновоспроизводимые преимущества, так называемые "барьеры на входе", эффект масштаба, усиление имиджа и репутации [3, с. 99].

Ценность имени вуза определяется известностью, престижем, репутацией преподавательского состава, выпускников и т. д.

Обеспечивать "хранение" уже полученной услуги после окончания обучения вуз может путем рекомендации слушателям круга профессиональной, справочной, нормативной и общенаучной литературы, которую полезно иметь у себя, а также оказывая помощь в ее приобретении.[4]

К сопутствующим товарам и услугам относятся все материальные ресурсы, необходимые для организации и проведения учебного процесса, в том числе и литература, пособия, методические материалы, оборудование и практически все необходимое студенту, включая питание и проживание. В условиях обостряющейся конкуренции на рынке образовательных услуг данный аспект является

все более значимым.

Обучение пользованию заключается в предоставлении студенту условий, в которых он мог бы приобретать или закреплять навыки практического использования полученных знаний (практика при выполнении дипломной работы, выполнение курсовых работ и др.).

К задачам и смыслу предпродажной подготовки услуги нужно отнести разработку профессий и должностей, профессиограмм специальностей, мер по организации и обеспечению учебного процесса и др. Должны быть подготовлены материалы, которые можно использовать для воздействия на покупателя.

Применительно к вузу субъективными характеристиками его продукта будут: информированность покупателя о вузе (уровне и качестве учебного процесса и подготовки), его имидж и авторитет, степень восприятия конкурентных преимуществ вуза, восприятие цены обучения как справедливой или приемлемой и другие характеристики психологической готовности покупателя [2, с. 30].

Проводимые независимыми экспертами исследования все более отчетливо показывают, что конкуренция за потребителя – это прежде всего конкуренция между учебными заведениями в способности предоставить потребителю более "ценную" образовательную услугу. В рамках партнерских отношений создание совместной ценности является основным содержанием деятельности, где ценность понимается не как способность услуги удовлетворить возникшую потребность, а как средство получения дополнительных преимуществ экономического и психологического характера. Решение этой задачи зависит от стратегических целей учебного заведения, его готовности использовать и применять современные маркетинговые технологии для ее решения [3, с. 106].

Таким образом, можно сделать вывод, что ориентации на рыночно-ориентированный подход, включающий в себя и маркетинговую деятельность и выработку долгосрочной стратегии, основанной на полученной информации, являются несомненным требованием настоящего времени, в том числе и для учреждений сферы высшего образования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Волкова Н. В. Маркетинговый инструментарий для оценки соответствия содержания и качества сферы услуг / Н. В. Волкова, Л. Г. Миляева // Маркетинг в России и за рубежом. 2004г., № 1.
2. Добрыдннев С. И. К вопросу определения продукта вуза / С. И. Добрыдннев // Маркетинг в России и за рубежом., 2004г., № 4.
3. Мешков А. А. Создание "совместной" ценности услуги в области бизнес-образования на основе маркетинга партнерских отношений / А. А. Мешков, С. В. Жильцова // Маркетинг в России и за рубежом, 2004г., № 5.
4. Пьянкова К.В., Косвинцев Н.Н. Государственно-частное партнерство: преимущества и недостатки для государства и бизнеса // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2010. № 4. С. 12–19.
5. Сагинов К. А. Маркетинг образовательных услуг региона / К. А. Сагинов // Маркетинг в России и за рубежом. 2003г., № 5.

РОЛЬ КРАУДСОРСИНГА В РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ОАО "СБЕРБАНК РОССИИ"

CROWDSOURCING ROLE IN THE JSC "SBERBANK RUSSIA" INNOVATIVE POLICY DEVELOPMENT

*E. Kuznetcova
E. Goldyrev*

Annotation

The article reveals the essence of the new technology 'crowdsourcing', its role in the JSC 'Sberbank Russia' long-term strategy formation. The article is dedicated to the crowdsourcing algorithm as a new management type and the analysis of the start of the project 'Sberbank – crowdsourcing'.

Keywords: innovations, crowdsourcing, internal bank's business processes, ideas exchange.

*Кузнецова Эльвира Рудольфовна
ФГБОУ ВПО "Пермский
государственный национальный
исследовательский университет"
Голдырев Евгений Сергеевич
ФГБОУ ВПО "Пермский
государственный национальный
исследовательский университет"*

Аннотация

В статье раскрывается понятие краудсорсинга, его роли в формировании долгосрочной стратегии ОАО "Сбербанк России". Рассматривается алгоритм краудсорсинга как нового типа управления, анализируются результаты запуска проекта "Сбербанк–Краудсорсинг".

Ключевые слова:

Инновации, краудсорсинг, внутренние бизнес-процессы банка, биржа идей.

Понятие "инновации" современная экономическая наука трактует как "конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам"[2,с.35].

Одной из самых значимых стратегических инноваций Сбербанка является технология краудсорсинга. [9] Термин "краудсорсинг" (crowd –"толпа") и sourcing ("использование ресурсов") означает вовлечение огромного количества людей в совместную работу. И в отличие от аутсорсинга, который предполагает, передачу работы внешним профессиональным исполнителям за определенные деньги, краудсорсингом является выполнение задач профессионалами-любителями, которые готовы в удобное время фактически бесплатно поделиться своими размышлениями, для того, чтобы увидеть свои идеи воплощенными в жизнь.

Идея краудсорсинга заключается в том, что компания размещает на своём сайте задание, в исполнении которого могут принимать участие все кто пожелает. Задачей может быть разработка слогана для рекламной кампании, названия или дизайна нового продукта, или предложение новой идеи по совершенствованию качества обслуживания. Помимо этого, краудсорсинг может ис-

пользоваться в целях изучения спроса, конкуренции, лояльности потребителей по отношению к продукту или услуге, а также служить инструментом сбора данных для очередного маркетингового исследования.

В сентябре 2011 года Сбербанк России присоединился к технологии краудсорсинга, запустив на официальном сайте публичный ресурс www.sberbank21.ru. Цель проекта, к участию в котором приглашаются все граждане России, состоит в выявлении основных направлений будущего развития банка и способствовании совершенствованию методов управления внутри компании. Главным отличием краудсорсинга от простого общения в сети является то, что люди, работая над неким заданием, задаются целью получить конкретный результат. И именно так Сбербанк подходит к проекту www.sberbank21.ru. Компании важен не процесс, а результат, и поэтому Сбербанк предлагает не просто подискутировать, но поработать над содержанием. Каждый участник должен приложить значительные усилия, чтобы его мысли или идеи нашли отражение в финальном результате [5,с.35].

В рамках данного проекта ведется обсуждение по трем основным направлениям:

1. Каких результатов должен достичь Сбербанк через 10 лет.

2. Каким должно быть будущее России, в частности, в 2021 г.

3. Какую роль в достижении поставленных целей может сыграть технология краудсорсинга.

Алгоритм принятия решения задач, поставленных на технологию краудсорсинга следующий:

1. Цель проекта ("мозговой штурм", экспертиза, коммуникация резидентов, участие в выработке стратегии, "обратная связь" с системой управления инфраструктурой);

2. Выбор площадки и инструментов краудсорсинга;

3. Формирование сообщества путем информирования, мотивации, фильтрации;

4. Запуск платформы краудсорсинга и управление её работой (формирование тем, направление экспертов, модерирование предложений и комментариев);

5. Анализ и выбор представленных сообществом предложений, анализ участников, награждение победителей, принимается решение о закрытии или продолжении работы площадки;

6. Формируются алгоритмы и проекты внедрения предложений.

Результатом деятельности всех участников проекта станет разработка трех докладов: "Сбербанк-21-Будущее", "Россия-21-Прогресс" и "Инновации-21-Краудсорсинг". Главная тема этих докладов – использование новейших технологий для управления проектами, сложными масштабными процессами, а также для поиска и принятия правильных решений. Идеи, представленные в первом докладе, будут взяты за основу стратегического развития Сбербанка.

Реализация проекта является рискованным делом, так как заранее неизвестно, что получится на выходе. Согласно правилам, приведенным на сайте, конкурсанты, показавшие лучшие результаты и проявившие наибольшую активность, будут представлять доклады руководству Сбербанка и элите российского и международного бизнеса. Более того, 100 лучших участников проекта получат ценные и памятные призы, среди которых дипломы, планшетный компьютер, грант на обучение и трудоустройство в Сбербанке, публикация предложенных ими идей и интервью с их авторами в одном из ведущих деловых журналов.

Проект быстро набрал обороты и популярность. Уже на четвертой неделе запуска ресурса, на нём было зарегистрировано около 40 тыс. участников, 1,5 тыс. сообщений, поступило порядка 7 тыс. предложений; над документами совместно работают 500 экспертов.

Одним из интереснейших предложений по направлению "Сбербанк-21-Будущее" стал проект разработки социальной сети для людей старшего поколения. В этой сети могли бы быть организованы: касса взаимопомощи, оказывающая социальную финансовую помощь, продажа услуг и предоставление консультаций, востребованных людьми пенсионного и предпенсионного возраста. Вполне вероятно, что это предложение реализуется, так как для Сбербанка сегмент пенсионеров является самым большим и перспективным.

Следующей перспективной идеей является креативный способ хранения данных. Хранение будет осуществляться аналогично материальным ценностям в банковских ячейках. Давно не секрет, что в настоящее время стоимость информации часто значительно выше, чем цена денег и недвижимости. Поэтому хранить информацию нужно в надежном месте. В этом аспекте Сбербанк мог бы предложить личный кабинет для хранения данных, с полной гарантией их конфиденциальности и неприкосновенности.

Уже полученные результаты Сбербанк оценивает как положительные и предполагает технологию краудсорсинга применять в качестве модели управления в ИТ. Ее можно применять для модернизирования процесса разработки регламентов использования систем. На сегодняшний день в этом процессе могут участвовать до десяти человек, но если проект регламента разместить во внутрикорпоративной социальной сети, то очень большое количество экспертов сможет принять участие в его обсуждении. Следовательно, улучшение процесса затронет механизм обратной связи и совместной работы, а также возрастет количество людей, участвующих в управлении организацией.

Следующая идея использования технологии краудсорсинга – позиционирование банкоматов терминальной сети для уточнения продуктов, которые нужны клиентам, востребованности интерфейса системы и его правильной разработки.

Метод краудсорсинга – совершенно новый тип управления, нацеленный на развитие Сбербанка и получение поразительного результата. И, что особенно важно, это приличная экономия денег, так как работать можно, устранив промежуток между заказчиком, экспертами и креативными людьми.

Уже через год, после введения инновационного проекта произошли значительные изменения в системе Сбербанка:

- ◆ Технологии краудсорсинга начали встраиваться во внутренние бизнес-процессы банка.
- ◆ Для совместной работы более двухсот тысяч сотрудников и их творчества используются возможности краудсорсинговых платформ.
- ◆ Менеджмент все чаще обращается к сообществам при поиске идей, принятии решений, оптимизации деятельности, разработке инструкций и документации.

"Биржа идей" – внутренняя краудсорсинговая площадка, в которой Сбербанк участвует уже третий год и участие, в которой приняли участие тысячи сотрудников Сбербанка. По подсчетам экспертов, благодаря внедрению собранных идей и предложений, только за 2011 год удалось сэкономить 7 миллиардов рублей, что говорит об экономической целесообразности данной инновационной разработки Сбербанка.

И это одна из главных причин, по которой инновационной деятельности в Сбербанке уделяется такое большое и пристальное внимание со стороны руководства.

Подводя итог вышесказанному, необходимо отметить, что инновационные разработки улучшают как качество сервисного обслуживания, так и делают программное обеспечение проще и понятнее. Сбербанк решил вовлечь в процесс краудсорсинга не только свои силы, но и силы своих клиентов.

Решив взглянуть на свой труд со стороны клиента, которые зачастую даже лучше сотрудников могут заметить те отдельные стороны, которые нужно улучшить или изменить (процессы, кредитные продукты, сервисное обслуживание, технологии), и даже предложить определенное решение – как это сделать. Использование этого гигантского потенциала и коллективного разума послужило причиной запуска проекта "Сбербанк-Краудсорсинг". Этот инновационный проект является новым шагом в будущее в плане коммуникаций, обмена опытом, а также воплощения идей, созданных коллективным разумом сотрудниками Сбербанка и его клиентами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беляева Ю.В. Конкуренция и инновации / Ю.В. Беляева. – Кострома: Изд-во КГУ им. Н.А. Некрасова, 2009. 37 с.;
2. Берг Д. Инвестиционные стратегии российских компаний / Д. Берг. – М., 2010. 77 с.;
3. Овчаров А.О. Организация управления рисками в коммерческом банке // Банковское дело. 2011 г. № 3. С. 23–31;
4. Аузан В. Стратегические инновации // Эксперт. – 2011. – № 14. С. 17
5. Викулов В.С. Инновационная деятельность кредитных организаций// Менеджмент в России и за рубежом. – 2011. – № 1. С.26–27;
6. Официальный сайт Западноуральского отделения ОАО "Сбербанк России" (URL: <http://www.sbrf.ru/perm/ru/>, дата обращения: 05.12.2012 г.);
7. Официальный сайт ОАО "Сбербанк России" (URL: <http://sberbank21.ru/about/>, дата обращения: 05.12.2012 г.);
8. Сбербанки – сберегательный банк России и других стран (URL: http://www.sbanki.ru/sberbank_potrebitejskij_kredit.html, дата обращения: 08.12.2012 г.);
9. Пьянкова К.В., Косвинцев Н.Н. Государственно-частное партнерство: преимущества и недостатки для государства и бизнеса // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2010. № 4. С. 12–19.

© Э.Р. Кузнецова, Е.С. Голдырев, (ksenia--27@yandex.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



ЗНАЧЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ В БОРЬБЕ ЗА КЛИЕНТОВ НА ФОНДОВОМ РЫНКЕ

IMPORTANCE OF LOYALTY IN THE STRUGGLE FOR CUSTOMERS IN THE STOCK MARKET

T. Nakashidze

Annotation

A description of the situation on the Russian stock market, and the major concerns was given and fundamental problems associated with client retention of investment companies in intensive and non-price competition. The significance of the stock market clients was determined.

Keywords: stock market, an investment company, investor loyalty, satisfaction, and brand.

*Накашидзе Танзиля Равилевна
ФГБОУ ВПО "Пермский
государственный национальный
исследовательский университет"*

Аннотация

Дано описание ситуации, сложившейся на фондовом рынке России, и основных проблем, связанных с удержанием клиентов инвестиционных компаний в условиях интенсивной и неценовой конкуренции. Определена значимость клиентов фондового рынка.

Ключевые слова:

Фондовый рынок, инвестиционная компания, инвестор, лояльность, удовлетворенность, бренд.

Современный российский фондовый рынок развивается бурными темпами. Россия стала абсолютным мировым лидером первого десятилетия 21-го века по размерам роста фондового рынка. С 2000 по 2012 годы долларовой индекс MICEX московской биржи ММВБ вырос на 1300 процентов, а индекс RTSI биржи RTS – на 700 процентов (рис. 1).



Рис. 1 - Динамика индексов RTSI (RTS биржа)

Это связано с улучшением инвестиционного климата в России, ростом российской экономики и относительной стабильностью отечественной финансовой системы. Но самое главное – биржа становится доступной. Развитие интернет-технологий и интернет-трейдинга, а также процессы глобализации мировой экономики ярко проявились в формировании и росте новых электронных бирж и развитии электронных торгов на фондовом рынке.

Фондовый рынок развивается и становится крайне привлекательным источником дохода. Появляются новые инвестиционные компании, во многом похожие друг на друга. В связи с этим возникает значительная проблема, с которой вынуждены сталкиваться современные брокеры, – для удержания клиентов в конкретной инвестиционной компании не достаточно эффективной работы данной компании, так как большинство инвестиционных компаний принципиально ничем не отличаются от конкурентов. Нет барьера для перехода инвестора от одного брокера к другому. Необходимы дополнительные мероприятия по укреплению позиций компании. Поскольку получение прибыли напрямую зависит от степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания и их лояльности к компании в целом, благоприятное отношение к организации и ее продуктам служит основой для получения стабильного объема инвестиций, что, в свою очередь, является стратегическим показателем успешности компании. Согласно западным исследованиям, повышение лояльности покупателей на 5% может увеличить прибыль компании на 50–75% [3].

Важно учитывать тот факт, что клиенты делятся на две категории: те, кто впервые приобретает продукт; те, кто приобретает продукт уже не в первый раз [1]. Значимость каждой группы определяет ряд факторов. В том числе: темпы роста рынка – чем они выше, тем важнее для компании привлекать новых инвесторов. Соответственно, при низких темпах роста рынка ключевой группой становятся "старые" клиенты. В этом случае стратегической целью становится удержание уже существующих потребителей продукта компании – обеспечение их лояльности к компании и ее продуктам; интенсивность конкуренции – чем интенсивней конкуренция, тем в большей степени компании склонны концентрировать свои усилия на удержании существующих клиентов в ущерб привлечению новых.

Представленное выше деление всех клиентов любой фирмы на две категории важно, так как традиционно понятие "лояльность" связывается с повторной покупкой. С экономической точки зрения, лояльные покупатели выгоднее. Этот факт подтверждают и статистические дан-

ные, а именно: затраты на привлечение нового клиента в среднем в 5 раз больше, чем на удержание существующего; большая часть компаний теряет 50% своих клиентов каждые 5 лет; удовлетворенный клиент расскажет об удачном вложении в среднем 5 своим знакомым, неудовлетворенный – минимум 10; увеличение доли удержанных клиентов на 5% увеличивает прибыль компании на 50–100% [2].

В рамках мероприятий, ориентированных на качество услуги, речь идет о том, чтобы предложить клиенту единственную в своем роде выгоду, которая может быть замещена услугой других брокеров только при более высоких затратах клиента (экономическая лояльность). Подобного уникального предложения можно достичь путем обеспечения удовлетворенности клиента по ключевым для него параметрам оценки качества услуги. К этой категории относятся сделки, базирующиеся на опыте и доверии, когда компания может снизить субъективно воспринимаемые покупателями риски с помощью собственных гарантий качества или сертификатов качества, выдаваемых независимыми институтами.

На повышение экономических барьеров при намерении клиента сменить компанию должны быть нацелены и ценовые мероприятия, которые предлагают инвестору материальные выгоды в случае повторного вложения средств в продукты данной компании. Варианты мероприятий, направленных на ценовую мотивацию лояльности клиента могут включать следующие элементы [1]: специальные тарифы, предоставляющие клиенту преимущества в цене при повторной покупке продуктов компании; "пакет тарифов", предусматривающий скидку для определенных групп потребителей; ценовые гарантии и договоры, регулирующие тарифы на определенное время и т.п.

В качестве мероприятий по стимулированию лояльности необходимо также устанавливать личные и информационные взаимосвязи между инвестиционной компанией и инвестором посредством вовлечения последнего в деятельность организации, чтобы вызвать у него психологически-эмоциональное чувство привязанности. В число важнейших мероприятий по удержанию клиентов может входить организация клубов, советов, собраний инвесторов, подготовка и распространение обзоров, аналитики и новостей. Таким образом, вставая на путь повышения удовлетворенности клиентов, компании на фондовом рынке целесообразно проводить систематические мониторинги уровня удовлетворенности и отслеживать полученные данные в динамике.

ЛИТЕРАТУРА

1. Горелик Д.Е. Эффективность программ лояльности. // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2003. – № 6 (48).
2. Герпотт Т. Эмпирические исследования лояльности клиента. // Проблемы теории и практики управления. – 2000. – №6. – С. 38.
3. Пьянкова К., Порвадов М., Мохнаткина В., Веселова А. Выявление латентных знаний потребителей как основа маркетинговых исследований рынка продовольствия // Предпринимательство. 2009. № 7. С. 115–120.
4. Цысарь А.В. Лояльность покупателей: основные определения, методы измерения, способы управления. // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2002. – №5 (41).

НЕСТАНДАРТНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОРГОВЫХ МАРОК НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

UNCONVENTIONAL MARKETING COMMUNICATION AS AN EFFECTIVE WAY TO PROMOTE THE BRAND IN THE RUSSIAN MARKET

*K. Novikova
M. Kurilo*

Annotation

This article describes the campaigns of reputable companies. The origin and formation of these non-standard marketing communications in the Russian market were studied.

Keywords: marketing communications, scandalous marketing, innovation.

*Новикова Ксения Владимировна
ФГБОУ ВПО "Пермский
государственный национальный
исследовательский университет"
Курило Михаил Сергеевич
ФГБОУ ВПО "Пермский
государственный национальный
исследовательский университет"*

Аннотация

В статье рассмотрены рекламные кампании известных фирм. Изучено зарождение и становление таких нестандартных маркетинговых коммуникаций на российском рынке.

Ключевые слова:

Маркетинговые коммуникации, скандальный маркетинг, инновационные подходы.

В последнее время одним из наиболее популярных способов привлечения внимания к своему продукту становятся скандальные рекламные акции. Смысл скандала состоит в том, чтобы вызвать оживленную и неоднозначную реакцию публики, не будучи при этом явно непристойной – шокируя не визуальным рядом, а путем откровенной и вызывающей идеи. Изогранные эпатажные коммуникации, в отличие от обычной пресной рекламы, становятся гарантированным способом стать узнаваемым среди конкурентов и добиться внимания к своей персоне или компании со стороны потенциальных клиентов. К примеру, британский авиаперевозчик "Ryanair" регулярными скандальными акциями поддерживает внимание потребителей к своим услугам – он хорошо известен невысокой стоимостью своих билетов. Вскоре после терактов в Нью-Йорке компания выпустила рекламный слоган с явными параллелями на эти события: "Чтоб я взорвался! В эти цены трудно поверить" [1]. Одним из последних экстравагантных заявлений этой низкотарифной компании был скандально-смелый вызов своему польскому бюджетному конкуренту – национальной авиакомпании "LOT". Майкл О'Лири, глава "Ryanair", ради пущей популярности поместил на сайте своей компании информацию о том, что пройдет голым по улицам Варшавы, если LOT снизит топливные сборы. Следует подчеркнуть, что отсутствие указанных сборов у Ryanair – это весомый показатель конкурентоспособности, поскольку у всех прочих перевозчиков нет запаса прочности не только для отмены, но даже для уменьшения их размеров.

В 2007 году за скандальный сюжет рекламы десантного вертолета V22 Osprey, напечатанной в одном из номеров вашингтонского National Journal, пришлось извиняться ведущим производителям авиационной военной техники Boeing и Bell. На фотографии были изображены морские пехотинцы, десантирующиеся на крышу исламской мечети: на снимке хорошо виден характерный купол, минарет и полумесяц. Кроме того, на здании арабской вязью сделана надпись "Мечеть Мухаммеда". При этом подпись под фотографией была следующей по содержанию – "Он спускается с небес. Забавно, но после этого наступает ад". Оскорбленные в своих чувствах мусульманские организации восприняли это крайне негативно и потребовали изъятия этих снимков из обращения [2]. Как правило, к "скандальному" методу прибегают малоизвестные компании, потому что другие способы продвижения, а точнее, быстрого заработка, оказываются для них менее результативными. Данным методом воспользоваться для улучшения финансовых показателей удастся также лондонскому суши-бару Itsu, обретшему широкую известность, благодаря "шпионскому" скандалу. Именно после его посещения бывший сотрудник ФСБ Александр Литвиненко скоропостижно скончался с признаками отравления радиоактивным изотопом – полонием 210. Теперь менеджмент одноименной сети ресторанов и кафе рассчитывает извлечь выгоду из этого инцидента, превратив свое заведение в место паломничества любопытных туристов, желающих воочию увидеть "место встречи", с ноября 2006 г. ставшее знаменитым на весь мир [3].

Совсем недавно похожий инцидент произошел и на российском рынке. Скандал тоже никто специально не инспирировал. Просто "обиженная" компания весьма удачно воспользовалась подходящим случаем и выиграла процесс по делу о недобросовестной конкуренции. Речь идет о производителе известных сухариков "3 корочки" – компании "Бриджтаун Фудс", лидирующей на столичном рынке. Подобная расстановка сил не могла удовлетворить растущие амбиции регионального "Сибирского берега", выпускающего сухарики под названием "Кириешки". Было решено покончить с несправедливой асимметричностью рыночных долей и, по всей вероятности, с использованием всего арсенала маркетинговых приемов. Одним из них стали провокационные рекламные постеры в московском метро с выстраиванием ассоциативного ряда из банановой и апельсиновой кожуры, трех с виду неказистых корочек и заключительного слогана – "Настоящие сухарики корочками не назовут". А ниже: "Кириешки" – настоящие сухарики". Вопреки ожиданиям ответом явилась не альтернативная рекламная кампания, а череда судебных разбирательств, в ходе которых "Бриджтаун Фудс" одержал победу. А его конкурентам было вынесено предписание разместить опровержение в тех же объемах, что и предыдущая реклама. По сути, "Сибирский берег" сам того не желая, два раза отрекламировал торговую марку своего соперника и причем весьма удачно. А причиной столь опрометчивого шага скорее всего послужил изначально ошибочный посыл о том, что в сознании потребителей "корочки" ассоциируются с зачерствевшими хлебными объедками, т. е. с продуктом для нищих. На самом деле негативной смысловой нагрузкой это слово не наполнено. Во всяком случае, речь не идет об укоренившихся стереотипах – поэтому любое рекламное упоминание о корочках только увеличивает уровень знания об одноименном бренде.

В 2010 году Щелковский витаминный завод был обвинен в продвижении препарата "Фенотропил" под видом витаминов, повышающих умственную и физическую работоспособность. То есть, фактически в содействии дисквалификации российской биатлонистки, завоевавшей серебряную медаль, которую пришлось вернуть, поскольку спортсменка была уличена в употреблении запрещенного фенотропила. Данный препарат спортсменка принимала при лечении лодыжки. Однако производитель чист перед своими потребителями и законом – лекарство относится к группе ноотропных средств и имеет четкие показания к применению, а сам завод никогда не продвигал его "под видом витаминов". Ошибка была допущена при выборе лекарства для лечения, поскольку фенотропил входит в запрещающий список Всемирного антидопингового агентства (WADA) и врач должен был это знать. Да и непонятно, зачем для лечения вывиха/растяжения применять медикамент с широким спектром ноотропной и антистрессорной активности. Но самое главное, что в результате "незапланированного" скандала удалось весьма успешно привлечь внимание

общественности к российской таблетке. Популярность и узнаваемость рецептурного препарата повысилась в разы. А скандал оказался лучшим средством продвижения продукта. Если бы не такое "везение", так его стоило бы придумать. Правда, использовать весь его потенциал не удалось – на фармзаводе просто растерялись, хотя могли бы охватить потребителей по максимуму, если бы профессионально объяснили общественности, кому показано лечение и насколько оно эффективно.

Кстати, яркий пример специально инспирированного, а точнее, даже вымышленного скандала, связан с региональным продвижением небезызвестных ресторанов "Тинькофф". Имеется в виду пресловутая "драка" в Нижнем Новгороде, когда многие центральные СМИ обошла "новость" о том, как Олег Тиньков запустил пивной кружкой в одного из посетителей, а потом оказалось, что владельца вообще не было в ресторане. Привлечение внимания целевой аудитории подобным способом – беспроигрышный ход для недавно открывшегося заведения. Но при этом следует быть более осмотрительным, особенно, если ресторан ориентирован не только на молодых и раскованных, но и на более солидную публику, в том числе и в возрастном аспекте. Например, когда ООО "Птицефабрика Инская" (Кемеровская область) начала в сентябре 2006 г. выпуск своей продукции под новым слоганом "Марка Традиционной Свежести" ("МТС"), она ко всему прочему воспользовалась и визуальной символикой оператора мобильной связи, скопировав на упаковках своих яиц его фирменный логотип с изображением белого яйца на красном фоне. Понятно, что, по мнению яичного производителя, все совпадения с фирменным стилем "Мобильных ТелеСистем" случайны, так как идея оформления сибирской продукции принадлежит датской упаковочной компании "Hartmann", чей торговый знак в виде белого овала в темно-красном квадрате имеет давнюю историю. Неплохой аргумент, но вот такого же "правдоподобного" объяснения относительно сходной аббревиатуры слогана пока еще не последовало.

Правда, идя на обострение конфликта, любая компания может быть наказана судом и/или запятнать свою репутацию. Но все-таки многие фирмы сознательно идут на риск, потому что не видят иного способа добиться своей цели. Допустим, предприятию нужно отстоять свои интересы на уровне какой-либо госструктуры, а средств или связей для этого нет, и тогда, чтобы надавить на чиновников, приходится поднимать шумиху. Например, когда небольшая компания бросает вызов какому-нибудь гиганту, то даже в случае проигрыша она получит известность. Характерным примером может послужить иск в 5 млн долл., который предъявил МПК "Подмосковье" российскому подразделению "Coca-Cola" за неправомерное использование чужого товарного знака. "Подмосковье" выпускал под маркой "Знай наших" свою продуктовую линию, а "Coca-Cola" сделала из этих слов рекламный слоган. Специалисты полагают, что если не будет принято

судебного решения в пользу МПК, это может нанести серьезный ущерб популярности американского напитка в России. Ведь обострение конфликта или хотя бы просто продолжение тяжбы обязательно спровоцирует в СМИ дискуссии о безнаказанности иностранных кампаний, о границах морали и допустимости неэтичного ведения бизнеса – и вряд ли это положительным образом скажется на репутации [4].

Таблица 1
Сравнение рекламных лозунгов компаний

Бренд	Отрасль	Рекламный лозунг или повод для скандала
"Техносила"	Бытовая электроника	Лозунг: "Сергея лопух! Купил дороже!"
ОАО "Дека"	Квас	Лозунги: "Квас не кола, пей "Николу!" "Всякой химии бойкот, пей "Николу" круглый год!"
"Птицефабрика Инская"	Птицеводство	Лозунг: "Марка Традиционной Свежести" ("МТС")
Тинькофф	Пивоваренная	"Новость" (утка) о том, что владелец сети Олег Тиньков запустил пивной кружкой в одного из посетителей
"Ryanair"	Авиа перевозки	Лозунг : "Чтоб я взорвался! В эти цены трудно поверить"
Суши-Бару Itsu	Суши-бар	"Место встречи" - место смерти российского агента ФСБ Александра Литвиненко
Кириешки	Сухарики	Лозунг "Настоящие сухарики корочками не называют"
"Фенотропил"	Лекарство	Допинговый скандал на олимпиаде 2010

Сделаем краткий обзор наиболее известных и коммерчески успешных рекламных акции "скандального маркетинга" за последнее время.

Зачастую такая игра на публику оказывается довольно успешной. Поэтому преобладающее количество деловых

конфликтов, при помощи которых компании стараются сделать себе имя, иницируются и поддерживаются ими открыто, без утаивания авторства. И, соответственно, на долю более изощренных "постановочных ходов" приходится гораздо меньшее число скандальных PR-акций. Это понятно, ведь не так просто создать ощущение естественности возникшей скандальной ситуации, когда все уверены в спонтанном нагнетании страстей. В заключение следует отметить, что при отсутствии навыков правильного управления скандалом, включив в меню с традиционной кухней собачье мясо или мозги обезьяны, пусть и не на самом деле, а лишь на "бумаге", просчитать заранее возможную отдачу и риски практически невозможно. Такая реклама непременно вызовет интерес газет и всколыхнет общественное мнение. И это в лучшем случае. Но как поведут себя власти или те же защитники животных – тут реакция непредсказуема, поскольку очень легко выходит из-под контроля: от порицания и митингов протеста до битвы стекол, поджогов и лишения лицензии. Но главное – заставят ли подобные "приколы" прийти потенциальных клиентов именно в этот ресторан.[5] С другой стороны, раздувание скандала, хотя это и рискованное мероприятие в любом случае, становится в российских условиях все более популярной технологией продвижения торговых марок. Отчасти это связано с местными особенностями – у нас, в отличие от Запада, скандал чаще всего не является крахом бренда или концом публичной карьеры, он вполне может стать и ее хорошим началом/продолжением.

В основе скандала всегда лежит столкновение интересов нескольких сторон, а СМИ всегда с большим желанием освещают конфликты, чем положительные новости. "Шумиха" позволяет компании не только повысить свою узнаваемость, но и решить более сложные задачи, в частности потеснить конкурентов. Зачастую такая игра на публику оказывается довольно успешной. Поэтому преобладающее количество деловых конфликтов, при помощи которых компании стараются сделать себе имя, иницируются и поддерживаются ими открыто, без утаивания авторства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Елизавета Трусова. Ryanair опять придумала скандальную рекламу. "Секрет фирмы", URL: [http:// www. sf-online.ru](http://www.sf-online.ru) (дата обращения: 18.07.2005)
2. Boeing и Bell извинились за дерзкий креатив. URL: [http:// www. advesti.ru](http://www.advesti.ru) (дата обращения: 05.10.2005)
3. Ясырева Е.А. Методы анализа платежеспособного спроса населения на рынке продовольственных товаров // В мире научных открытий. 2010. № 2–4. С. 108–111
4. Колесник Филипп. Профессиональные скандалисты. "Секрет фирмы". 2003. № 20 (36).
5. Пьянкова К. Разработка и реализация предприятиями АПК маркетинговых стратегий // Международный сельско-хоз. журнал. 2007. № 3. С.32–34.

ЛОЯЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАК ОДИН ИЗ КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ БАНКОВ

CONSUMER LOYALTY AS A KEY FACTOR IN COMPETITION BANKS

*K. Novikova
A. Andrianov*

Annotation

In the article the role of customer loyalty in the competitiveness of banks was defined. The evaluation criteria of customer loyalty were studied. Evaluation of customer loyalty for the selected criteria on the example of Sberbank of Russia was assessed.

Keywords: customer loyalty, competitive, competition, banking, leadership, satisfaction.

*Новикова Ксения Владимировна
ФГБОУ ВПО "Пермский
государственный национальный
исследовательский университет"
Андрянов Андрей Владимирович
ФГБОУ ВПО "Пермский
государственный национальный
исследовательский университет"*

Аннотация

В статье определена роль лояльности клиентов в конкурентоспособности банков. Изучены критерии оценки лояльности клиентов. На примере Сбербанка России произведена оценка лояльности клиентов по выбранным критериям.

Ключевые слова:

Лояльность потребителя, конкурентоспособность, конкуренция, банки, лидерство, удовлетворенность.

Способность банка удерживать и наращивать долю рынка обуславливается его конкурентоспособностью. Если говорить о конкурентоспособности российских банков на иностранных рынках пока преждевременно, то их конкурентоспособность на родном, национальном рынке является залогом конкурентоспособности банковской системы России в целом. Конкурентоспособность банка тесно связана с наличием у него конкурентных преимуществ. В настоящее время не сложилось общепринятой системы оценки конкурентоспособности, а существующие рейтинги фокусируются преимущественно на финансовой состоятельности банков и оценивают:

- 1) надежность: CAMEL(S), методика В. Кромонава;
- 2) финансовую устойчивость: RATE, методика Банка России;
- 3) кредитоспособность: рейтинги агентств Moody's, Fitch, S&P, "Эксперт РА".

Под лояльностью клиентов понимается, прежде всего, устойчивое потребление продуктов и услуг, продающихся под данным брендом (в нашем случае – от имени конкретного банка). Степень лояльности бренду (brand loyalty) определяется вероятностью того, что клиент не переключится на другой бренд, в особенности, если он отличается по цене, характеристикам продукта, коммуникациям или дистрибуции [1]. Таким образом, лояльность

клиентов – это, прежде всего, приверженность банку (его бренду), обусловленная рядом причин рационального, а также, возможно, эмоционального характера. Поддержание лояльности клиентов на высоком уровне тем более важно, что клиенты не только приносят прибыль, но и являются одновременно источником ресурсной базы банка.

Это, прежде всего конкурентоспособность услуг и имиджа банка. Руководствуясь выбором банка, клиент оценивает его услуги по ряду важных для себя критериев, прежде всего стоимости, доступности и разнообразию. Эти критерии выбора банка являются объективными, так как исходные данные для принятия решения доступны для потребителя и трактуются им однозначно. Если клиента устраивает цена, потребление банковских услуг не сопряжено с неудобствами (т.е. банк физически легкодоступен), а искомая услуга (а также ряд услуг, которыми клиент планирует воспользоваться в будущем) предоставляется банком в необходимом объеме, то такое предложение является конкурентоспособным на рынке.

С целью оценки лояльности клиентов как составляющей конкурентоспособности банка был проведен анализ банков по выделенным выше кластерам. Для каждого кластера было отобрано не менее трех репрезентативных банков: один из самых крупных в группе, средний по выборке и один из самых небольших в группе. Итого было обработано 19 банков по состоянию на начало 2012 г., а также Сбербанк (в целях сопоставления доминирующего банка с остальными конкурентами).

Оценка конкурентоспособности услуг начинается с критериев стоимости и доходности, которые оцениваются исходя из отклонения процентных ставок банка в отчетном периоде по привлеченным и размещенным средствам клиентов от среднерыночных ставок по кредитам и депозитам. При прочих равных условиях более дешевые источники фондирования предоставляют для банка конкурентное преимущество при размещении средств (например, более дешевые кредиты), а более выгодное размещение средств дает конкурентное преимущество при их привлечении (например, более дорогие депозиты).

Обращают на себя внимание более низкие ставки у иностранных банков группы лидеров и первого эшелона. Это может быть связано с тем, что существенная доля кредитов выдается этими банками в валюте, так как они ориентированы на работу с международными компаниями, более дешевыми источниками пассивов и более долгосрочным кредитованием. По кредитам физическим лицам иностранные банки-лидеры предлагают условия на уровне госбанков, среди остальных групп ситуация аналогична кредитам для компаний. Обращают на себя внимание высокие ставки по кредитам для частных клиентов у крупных частных банков первого эшелона. Эта группа ориентирована на высокую прибыль и выстраивает кредитный портфель соответствующим образом (например, потребительское кредитование). По депозитам клиентов ставки также имеют тенденцию к росту по мере снижения размера банков ввиду усиления для них значимости ценовой конкуренции. Госбанки и иностранные банки-лидеры, однако, предлагают ставки ниже среднерыночных, то есть фактически имеют возможность диктовать цены, что обусловлено сильной приверженностью клиентов к крупным "надежным" учреждениям.

Критерий удобства доступа к услугам банка оценивается на основе числа регионов присутствия, плотности сети, а также наличия у банка отделений за рубежом. Предполагается, что для клиентов – физических лиц большее значение имеет плотность сети, то есть число отделений на регион, так как они в большей степени привязаны к конкретному месту проживания и потребляют банковские услуги непосредственно в этом месте. Соответственно, удаленность офисов банка от дома, работы и других мест, которые регулярно посещает клиент, снижает удобство пользования услугами такого банка. Для среднего и малого бизнеса, который также регулярно контактирует с офисами банка, плотность сети имеет значение, однако также высока вероятность того, что компания ведет бизнес в нескольких регионах либо планирует экспансию в будущем, поэтому присутствие банка в разных регионах страны будет его конкурентным преимуществом. У крупных компаний, многие из которых являются международными, возникает потребность обслуживать свои международные операции, ввиду чего они стремятся выбирать банки, присутствующие на нескольких рынках.

Высокая доступность для клиентов у крупных банков объясняется большим числом регионов, где представлены офисы данных банков. Несмотря на то что менее крупные банки не имеют возможности охватить всю страну, они стараются поддерживать достаточную концентрацию отделений, с тем чтобы доступность, по крайней мере для локальных клиентов, была достаточной. Бесспорным лидером по показателям сети является Сбербанк, присутствуя в 80 регионах, он имеет в среднем по 246 отделений в каждом. С точки зрения привлекательности для международных клиентов в невыгодном положении оказываются частные российские банки первого и второго эшелона, которые не входят в международные банковские группы и не имеют собственных филиалов и дочерних банков за рубежом.

Критерий спектра услуг оценивается исходя из наличия в портфеле банка некоторых дополнительных услуг, нацеленных на каждую категорию клиентов с учетом их значимости: интернет-банкинг, денежные переводы, ипотечные/автокредиты, инвестиционные услуги, брокерские и депозитарные услуги, аренда сейфов, private banking для физических лиц; зарплатные проекты, лизинг, документарные операции и торговое финансирование, брокерские и депозитарные услуги, обслуживание ВЭД и валютный контроль, факторинг, эквайринг для средних и малых компаний; синдицированное кредитование, обслуживание ВЭД и валютный контроль, документарные операции и торговое финансирование, размещение акций, долговое финансирование, корпоративное казначейство – итого по 7 дополнительных услуг для каждого типа клиентов.

Критерий качества обслуживания оценивается с помощью "народного рейтинга банков", составленного на основе отзывов клиентов (обращавшихся в банк как в частном порядке, так и от лица организаций), публикуемых в сети Интернет, проходящих проверку администрацией web-сайта на объективность и содержательность и получающих в некоторых случаях ответ от специалистов банка, о котором оставлен отзыв [1]. Данный рейтинг (по 100-балльной шкале) помогает оценить общее качество обслуживания клиентов, в том числе полноту предоставляемой информации о продуктах, услугах и тарифах, частоту возникновения ошибок при оказании услуг, частоту возникновения претензий со стороны клиентов, эффективность и скорость их разрешения.

По спектру предоставляемых услуг лидерами стали иностранные банки первого и второго эшелона, а аутсайдерами – госбанки. Необходимо отметить, что качество обслуживания может быть тем конкурентным преимуществом, которое способно в некоторой степени смягчить дефицит доверия и узнаваемости, что особенно актуально для банков второго эшелона и средних и мелких банков.

Критерий надежности банка оценивает, насколько доверяют клиенты тому или иному банку. Если физические лица более склонны оценивать банк исходя из опыта его работы на рынке (31% респондентов при выборе банка ориентируются на этот показатель [3]), компании, особенно крупные, ориентируются на мнение профессионалов, предпочитая работать с банками, получившими высокий кредитный рейтинг.

Также учитываются количественный и качественный аспекты присутствия банка в информационном поле, формируемом СМИ [2]. В последнем слагаемом имиджа – известности – вполне ожидаемо лидируют госбанки. Лучшей известности среди клиентов (по крайней мере, в исследуемой выборке) добились иностранные банки-лидеры и частные банки первого эшелона. Что касается качества позиционирования в СМИ, положение всех групп банков (за исключением Сбербанка) примерно одинаково.

Под прозрачностью банка понимается доступность из первоисточника информации о банке, которая может интересовать клиента: о собственниках, об основных направлениях деятельности и ее результатах и т.д. Такого рода информация позволяет клиенту составить наиболее полное впечатление о банке, которое может повлиять на решение о сотрудничестве. Источниками данной информации могут служить годовые отчеты, сведения об акционерах и структуре собственности и отчетность по международным стандартам (МСФО), публикуемые в свободном доступе. Максимальную открытость продемонстрировали Сбербанк и частные банки-лидеры.

Оценка критериев осуществлялась посредством расчета одного или нескольких показателей и конвертации полученных значений в балльную оценку от 1 до 5 баллов, где оценка в 3 балла соответствует среднерыночному уровню, а оценки выше и ниже – соответственно более

сильной и более слабой конкурентной позиции.

Таким образом, анализ показал, что наиболее высокую лояльность клиентов по совокупности критериев имеют Сбербанк и группа лидеров. Видны также наиболее слабые конкурентные позиции кластеров: для Сбербанка это качество обслуживания, не дотягивающее, по мнению клиентов, до среднерыночного уровня, для частных банков первого эшелона это ценовая политика, для частных банков второго эшелона это спектр услуг, для группы второго эшелона – низкая известность. К наиболее сильным конкурентным позициям можно отнести ценовую политику и прозрачность иностранных банков первого эшелона, качество обслуживания в иностранных банках первого и второго эшелонов.

Лучший показатель лояльности по всем группам клиентов продемонстрировали частные и иностранные банки-лидеры, а также иностранные банки первого эшелона. Ценовая политика частных банков первого эшелона обусловила низкую оценку лояльности частных клиентов, лидером по которой является Сбербанк. Высокая лояльность корпоративных клиентов наблюдается у банков-лидеров, кроме того, обращает на себя внимание, что иностранные банки первого и второго эшелонов в большей степени способны обслуживать корпоративных клиентов, чем их российские конкуренты.

Учитывая высокий уровень универсализации деятельности крупных банков на российском рынке, необходимо поддерживать высокую лояльность всех групп клиентов и проводить регулярный мониторинг их потребностей, ожиданий и удовлетворенности. С ростом насыщения рынка банковскими услугами и, особенно в условиях экономической нестабильности миграция клиентов может стать как возможностью роста, так и угрозой банкротства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пьянкова К., Порвадов М., Мохнаткина В., Веселова А. Выявление латентных знаний потребителей как основа маркетинговых исследований рынка продовольствия // Предпринимательство. 2009. № 7. С. 115–120.
2. Основные критерии выбора обслуживающего банка в кризис / Profi Online Research URL: <http://www.banki.ru/news/research/?id=1363952> (дата обращения: 2.12.2012).
3. Медиарейтинг российских банков за 2009 г. URL: <http://www.mlg.ru/company/pr/news/1688> (дата обращения: 23.11.2012).

СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ КООПЕРАЦИИ В ПЕРМСКОМ КРАЕ

MODERN DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL COOPERATION IN THE PERM REGION

*E. Radosteva
A. Gavshina*

Annotation

In the article the strategic aims of agricultural cooperation in the Perm region are singled out, the role of agricultural cooperatives in social and economical life of the region is set; the main types of business activity of the cooperatives are analyzed.

Keywords: Perm association of consumer societies, agricultural cooperation, agricultural producers' cooperative, agricultural consumers' cooperative.

*Радостева Эльвира Мазитовна
ФГБОУ ВПО "Пермская государственная
сельскохозяйственная академия
им. академика Д.Н. Прянишникова"
Гавшина А. А.
ФГБОУ ВПО "Пермская государственная
сельскохозяйственная академия
им. академика Д.Н. Прянишникова"*

Аннотация

В статье выявлены приоритетные задачи развития сельскохозяйственной кооперации в Пермском крае, определена роль сельскохозяйственных кооперативов в социально-экономической жизни региона, проанализированы основные виды деятельности сельскохозяйственных кооперативов.

Ключевые слова:

Пермский краевой союз потребительских обществ, сельскохозяйственная кооперация, сельскохозяйственный производственный кооператив, сельскохозяйственный потребительский кооператив.

Современное развитие сельскохозяйственной кооперации является одним из первоочередных направлений стабилизации и совершенствования аграрного производства России. В условиях рыночных отношений кооперация выполняет различные функции как в сфере производства сельскохозяйственной продукции, так и в сфере сервисного обслуживания.

В Пермском крае в настоящее время действуют 18 перерабатывающих, 16 сбытовых, 14 обслуживающих и 4 кредитных кооператива, созданных с участием сельскохозяйственных товаропроизводителей.

В 2010 г. на долю сельскохозяйственных производственных кооперативов приходилось 15% производства продукции сельскохозяйственных организаций, в которых было сосредоточено 18% посевных площадей, 20% поголовья крупного рогатого скота, свиней, овец и коз. Сельскохозяйственными кооперативами в 2010 г. было произведено от 15 до 20% основных продуктов растениеводства, от 16 до 18% – продукции животноводства. [3]

В отличие от сельскохозяйственных производственных кооперативов, сельскохозяйственные потребительские кооперативы, целью которых является обслуживание и кредитное обеспечение сельскохозяйственных то-

варопроизводителей на выгодных для них условиях, начинают только формироваться [1]. При этом количество сельскохозяйственных потребительских кооперативов данных видов деятельности за период с 2008 г. по 2010 г. возросло на 40%, число членов в них увеличилось на 38%, сумма паев накоплений – на 60% [2].

Эффективное развитие рыночных отношений в агропромышленном производстве обусловлено хорошо отлаженной системой сбыта сельхозпродукции и обеспечения ее производителей средствами производства, другими видами обслуживания. В этой системе важная роль принадлежит закупочно-сбытовой кооперации с организацией кооперативных предприятий по переработке продукции растениеводства и животноводства. Особенно актуальной становится организация сбытовых кооперативов сейчас, когда сложившаяся ранее государственная система закупок сельскохозяйственной продукции находится в кризисном состоянии.

Формирование организаций и предприятий по закупкам и переработке сельхозпродукции в виде акционерных обществ закрытого и открытого типов, как показывает практика, приводит к усилению монополизма, что не создает у товаропроизводителей экономического интереса в увеличении производства сельхозпродукции. В

этих условиях создание товаропроизводителями кооперативов по сбыту и переработке сельхозпродукции является актуальным. Такие кооперативы, объединяясь на региональном уровне, формируют кооперативную систему по закупкам и переработке того или иного вида продукции (молока, мяса, овощей и т.д.). Закупочно-перерабатывающая кооперативная специализированная система на региональном уровне осуществляет не только операции по заготовкам и переработке сельхозпродукции, но и обеспечивает товаропроизводителей необходимой техникой и технологией производства соответствующего вида продукции [4].

Однако сельскохозяйственная потребительская кооперация пока не получает должного развития, а доля сельскохозяйственных кооперативов в объемах переработки и сбыта продукции, оказываемых услуг остается незначительной.

Среди сельскохозяйственных потребительских кооперативов наибольшее распространение получают перерабатывающие кооперативы, которые в 2010 г. функционировали в 10 районах Пермского края. На них приходилось более 60% общего объема выпуска продукции и услуг обследованных кооперативов.

Сбытовые кооперативы, созданные с участием сельскохозяйственных товаропроизводителей, не получили пока широкого распространения. В 2010 г. они действовали в 8 районах Пермского края, на их долю приходилось 19% общего объема выпуска продукции и услуг обследованных кооперативов. Наибольшее количество этих кооперативов насчитывалось в Ординском, Бардымском, Кунгурском, Пермском, Добрянском, Ильинском, Большесосновском районах, занимающихся в основном сбытом зерна, скота, овощей и картофеля.

По данным проведенного исследования определено, что обслуживающие кооперативы в 2010 г. имелись в 10 районах Пермского края, на их долю приходилось 16% от общего объема выпуска продукции и услуг обследованных кооперативов. Наибольшим спросом со стороны пользовались транспортные, ремонтные и строительномонтажные услуги.

Сельскохозяйственные кооперативы в современных условиях выполняют важную социально-экономическую функцию. Они осуществляют закупки излишков сельхозпродукции в хозяйствах населения, крестьянских (фермерских) хозяйств, у других мелких товаропроизводителей, оказывают услуги сельским товаропроизводителям и населению, снабжают их предметами первой необходимости, перерабатывают закупленную продукцию и возвращают денежные средства за покупаемую продукцию сельским жителям. Таким образом, потребительские кооперативы создают новые рабочие места, снижая уро-

вень безработицы, обеспечивают доход сельским труженикам.

В настоящее время Пермским краевым союзом потребительских обществ разработаны "Основные направления развития потребительской кооперации Пермского крайпотребсоюза" по отраслям: торговля, производство, заготовительная деятельность, социальная миссия. Кооператоры Пермского края выступили с инициативой по созданию на территории Западного Урала ассоциации "Натуральный продукт" – первой в России альтернативы торговли крупному промышленному производству продуктов питания в Прикамье.

В начале 2012 года в Пермском крае было создано региональное отделение Ассоциации крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов России (АККОР). На сегодняшний момент в объединение входят более 50 представителей малого и среднего агробизнеса – первыми членами стали предприниматели Андрей Филоненко из Краснокамского района, Андрей Витюховский (ООО "Русь") из Пермского района и Галина Толстова (ООО "Агрофирма Усадьба"). АККОР Пермского края создан при поддержке Министерства сельского хозяйства и продовольствия Пермского края. Организаторы сообщества ставят перед собой следующие задачи (рис. 1).

В настоящее время в состав федеральной Ассоциации входят 68 региональных крестьянских союзов и ассоциаций, которые объединяют более 600 фермерских организаций районного уровня, а также около 1500 кооперативных объединений и предприятий фермерской инфраструктуры.

В активе Ассоциации опыт масштабной законодательной работы, создание и поддержка предприятий фермерской экономической инфраструктуры, организация обучения и зарубежных стажировок членов фермерских хозяйств, пропаганда семейного фермерства, развитие сельскохозяйственной потребительской кооперации.

Так с 2012 года начата реализация двух крупных проектов "Семейные фермы" и "Начинающие фермеры". Данные проекты предполагают возмещение части затрат на реализацию проектов по развитию фермерских хозяйств или потребительских кооперативов [6].

Опыт аграрных преобразований в регионе показывает, что общественное разделение труда объективно предполагает специализацию производства и обуславливает кооперацию между ними, открывая дополнительные возможности для дальнейшего развития и совершенствования производственных отношений. По мере развития производительных сил сельского хозяйства существенно расширяются сферы деятельности коопера-

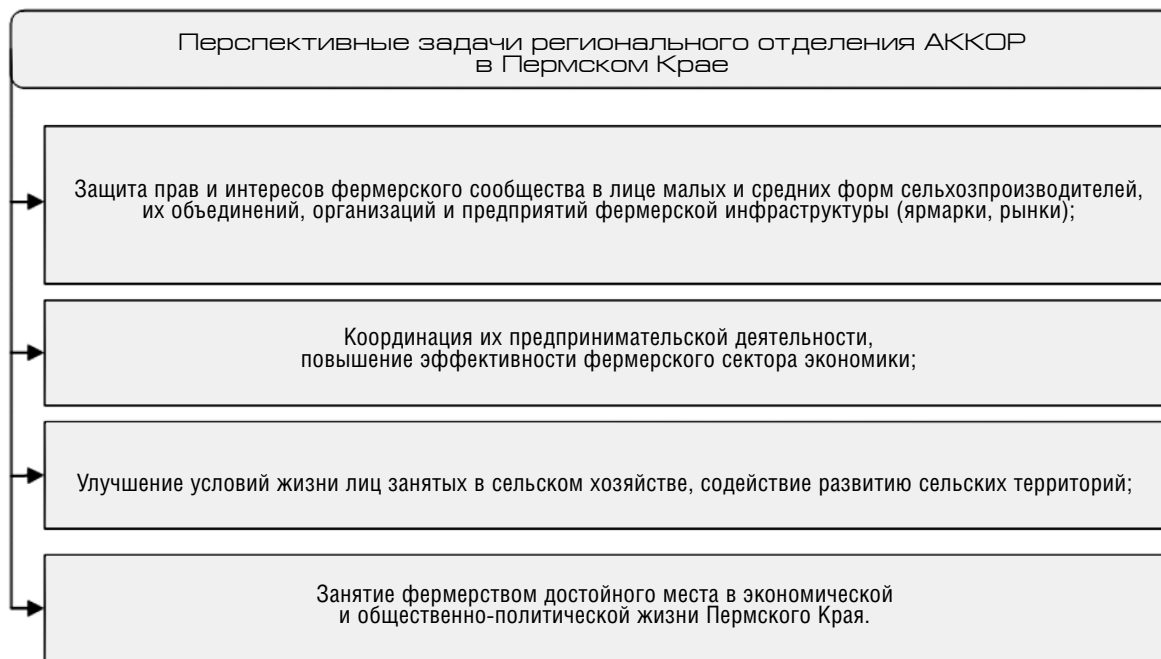


Рисунок 1. Перспективные задачи деятельности Пермского регионального отделения Ассоциации крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов России (АККОР).

ции, которая принимает различные формы, охватывает разные уровни производства. В этой связи большое значение имеет разработка теории и объективный анализ практики, выявление преимуществ и недостатков коопе-

рации и других моделей хозяйствования, разработка новых подходов к организации кооперативных формирований и построение экономических отношений, а также прогноз развития кооперации.

ЛИТЕРАТУРА

1. АПК Пермского края: Статистический сборник / Пермь, 2010. 587 с.
2. В Пермском крае открылось отделение Ассоциации крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов России // журнал "Нивы Зауралья". 2012 г. № 2 (91)
3. Пьянкова К., Игуменова Е. Логистический центр как механизм продвижения молочных продуктов на внутренний и внешний рынки // Международный сельскохозяйственный журнал. 2010. № 3. С. 51–52.
4. Рогодин В. М. Сельскохозяйственные кооперативы. Организационно-экономические и методологические основы их формирования и деятельности / М.: Экономика, 2009. 148 с.
5. Суетов А. М. Теория и практика сельскохозяйственной кооперации в России / М.: Агропрогресс, 2009. 358 с.
6. Пермский краевой союз потребительских сообществ URL: <http://www.kraups.permonline.ru> (дата обращения: 03.12.2012)

© Э.М. Радостева, А.А. Гавшина, (ksenia--27@yandex.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



КОНЦЕПЦИЯ ОТРАСЛЕВОГО РАЗВИТИЯ МОНОРЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ПОСТКРИЗИСНОЙ ЭКОНОМИКИ

THE CONCEPTION OF INDUSTRY DEVELOPMENT OF THE MONOREGION IN THE POST-CRISIS ECONOMY

D. Rostochnikov

Annotation

The need to develop the conception of industry development of the monoregion in the post-crisis economy is primarily due to the regional inequalities in connection with different climatic and resource potential, that in such a huge country as Russia makes economic disparities in regional policy and destabilizes the socio-economic, investment and innovative development of the country.

Keywords: Monoregion, small business, investment environment, innovative development, sectoral development.

Росточников Дмитрий Игоревич
Аспирант Финансового
университета при Правительстве
Российской Федерации

Аннотация

Необходимость разработки концепции отраслевого развития монорегиона в условиях посткризисной экономики обусловлена прежде всего региональным неравенством в связи с различным природно-климатическим и ресурсным потенциалом, что в такой огромной стране, как Россия, вносит экономические диспропорции в региональную политику и дестабилизирует социально-экономическое, инвестиционное и инновационное развитие страны.

Ключевые слова:

Монорегион, малое предпринимательство, инвестиционный климат, инновационное развитие, отраслевое развитие.Т

Специфика функционирования монорегиона усиливает риски социального расслоения общества, поскольку в богатых монорегионах размер оплаты труда значительно превосходит значение в среднем по РФ. Однако снижение темпов развития доминирующей в монорегионе отрасли может не только привести к обратной ситуации, связанной с сокращением рабочих мест и дестабилизации ситуации на рынке труда, но и фактически привести к "неконтролируемой миграции" в связи с банкротством инфраструктурных предприятий регионального значения. Именно в такой ситуации оказались некоторые монорегионы РФ в период глобального экономического кризиса, она же может повториться в связи с вступлением России в ВТО, когда отечественные производители попросту окажутся неконкурентоспособны для внутреннего рынка (особенно в секторе обрабатывающей, пищевой, текстильной промышленности и секторе АПК).

Как отмечается в отечественной литературе, существует твердое убеждение [1, с. 169–173], что региональные различия формируются и углубляются под влиянием четырех групп факторов:

- ◆ природно-ресурсного потенциала региона (наличия на его территории полезных ископаемых или других естественных факторов, влияющих на рентные доходы);
- ◆ уровня развития научно-технического, технологического и инновационного потенциала региона;

- ◆ внешнего окружения региона, а следовательно, возможностей использования межрегионального взаимодействия и разделения труда;
- ◆ политического фактора – качества управления территорией, уровня квалификации аппарата управления.

Анализ совокупного действия перечисленных факторов показывает углубляющееся неравенство регионов по многим показателям: так по состоянию на 01.01.2011 – 41 регион России имеет ВРП на душу населения 75% от среднего уровня, в то время как в 11 ведущих регионах (лидерах) он составляет 150%. Соотношение реальных доходов и прожиточного минимума в Москве равняется 600%, в Ханты-Мансийском, Ямало-Ненецком АО и Тюменской области – 400%, в Ингушетии, Карачаево-Черкесии, Тыве, Бурятии и т. д. (примерно в 13 регионах) – ниже 100% [2].

Основные принципы устойчивого развития монорегионов России (это качественное изменение инфраструктуры, стимулирование инновационного развития и развития сферы высоких технологий, это создание региональных кластеров, бизнес-инкубаторов и научно-производственных технопарков). Однако с нашей точки зрения, ни одно из указанных направлений не будет развиваться без поступательного роста малого и среднего бизнеса, который в развитых западных странах является локомотивом экономики. Как известно, любая отрасль нуждается в модернизации и развитии честной конку-

ренции, при отсутствии данных факторов происходит стагнация в росте. В связи с чем, считаем, что экономика монорегионов должна быть в первую очередь ориентирована на развитие малого бизнеса, который с одной стороны позволит расширить отраслевую сегментацию, с другой стороны, увеличить количество рабочих мест и создать благоприятный инвестиционный климат в т.ч. и для зарубежных инвесторов.

Как показывают эмпирические работы зарубежных и отечественных специалистов и ученых, осуществлявших исследования по влиянию институтов на рост и глобализацию региональной экономики, в конечном итоге именно их развитие способно существенно оптимизировать инвестиционный климат в стране и развивать малое предпринимательство.

Исследования, выполненные Мау В. и Яновским К. [5, с.13–17], обращают специальное внимание на уровень развития наиболее базовых правовых институтов, обеспечивающих неприкосновенность личности и личного имущества, и влияние таких институтов на развитие предпринимательства. Авторы подчеркивают особую роль таких базовых институтов как фундамента для построения более сложных структур и механизмов взаимодействия государства и малого бизнеса. Пользуясь терминологией, представленной в работе Родрика Д. [6, с.4–8]*, можно сказать, что теория экономического роста относит факторы роста малого предпринимательства либо к группе непосредственных (proximate), либо к группе фундаментальных или глубинных (fundamental or deep) факторов.

* Прим.автора. Оригинальная схема. Родрика Д не охватывает все потенциальные факторы развития предпринимательства, но мы используем её методологию для дальнейшего анализа из-за соответствия схемы глобальному пониманию процессов развития малого бизнеса.

К непосредственным факторам чаще всего относят неоклассические детерминанты частного бизнеса: труд, капитал, в том числе землю, а также производительность, причём производительность, обуславливаемую не только технической эффективностью производства, но и распределением ресурсов в экономике. К группе фундаментальных факторов Родрик Д. относит, во-первых, качество национальных институтов, во-вторых, уровень внешнеэкономической интеграции, измеряемый посредством размера национального рынка и степенью вовлечения страны в международную торговлю, и, в-третьих, географические характеристики страны (такие как наличие полезных ископаемых, климат, удалённость от экватора, доступ к морским торговым путям).

При этом из вышеперечисленных фундаментальных факторов развития предпринимательства лишь география является несомненным глобализирующимся фактором, тогда как институты и внешнеэкономическая интег-

рация не полностью определяются уровнем развития экономики, а складываются в значительной мере под влиянием национальной экономической политики.

Приведенные нами данные эмпирических исследований доказывают и показывают значимость развития малого предпринимательства в монорегионах для эффективного и разностороннего регионального развития в т.ч. и для цели импорта физического и человеческого капитала.

В дополнение к теоретическим и эмпирическим исследованиям, нами был проведен анализ статистических данных в региональном разрезе по уровню и темпам развития малого предпринимательства в регионах России [4], который позволяет нам сделать следующие выводы. В "регионы аутсайдеры" по развитию предпринимательства попали два крупнейших округа – Сибирский Федеральный округ и Уральский Федеральный округ, где сосредоточены наиболее крупные монорегионы России. Например, в Тюменской области – представляющей собой крупнейший и богатейший монорегион России – малый и средний бизнес составляет всего 39 422 предприятия (из которых 16 954 – предприятия микро бизнеса; 2 398 – предприятия малого бизнеса и 238 средних предприятий). Еще хуже ситуация обстоит в таком монорегионе как Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, предприятия которого сосредоточены в нефтегазовом секторе.

Для сравнения в Республике Башкортостан – являющейся крупнейшим производителем и поставщиком газа и нефтепродуктов в РФ, количество предприятий сектора малого предпринимательства составляет – 27 706, что практически вдвое превышает показатели по Тюменской области. В чем же причина такой ситуации, с нашей точки зрения, основная причина, заключается в крайне одностороннем развитии Тюменской области, где фактически не создано условий для развития малого предпринимательства и присутствуют только крупные градо- и отраслеобразующие предприятия.

Мы можем привести и другие аргументы, подтверждающие необходимость развития предпринимательства в монорегионах, однако в рамках нашей публикации, считаем необходимым сосредоточить свое внимание не на проблемах монорегионов, а на предложениях, объединенных в рамках концепции отраслевого развития монорегиона в условиях посткризисной экономики.

Главной целью данной концепции – является необходимость гибкого развития монорегиона посредством стимулирования и расширения доли сектора малого предпринимательства для: формирования новых рабочих мест, развития "прозрачной" конкуренции в отраслях экономики, оптимизации инвестиционного климата и создания благоприятных социальных условий в монорегио-

не. Основной задачей данной концепции будет являться совершенствование отраслевого развития монорегиона посредством создания благоприятных условий для малого и среднего бизнеса. Именно такое понимание концептуальных задач развития монорегионов сегодня способно вывести их на новые формы хозяйственных отношений с соблюдением баланса экономического роста и формирования благоприятного социального и инвестиционного климата. При этом с нашей точки зрения, особую роль необходимо отвести развитию инновационного предпринимательства в монорегионе, где сконцентрированы крупные промышленные предприятия и имеется богатый научно-технологический потенциал и фактически уже создана площадка для создания технологических инкубаторов.

В связи с чем считаем, что необходимо разработать и утвердить Правительством РФ национальную программу развития малого и среднего бизнеса в монорегионах РФ на ближайшие 5, 10 и 20 лет. Безусловное первенство в программе должно принадлежать мерам, нацеленным на ускоренное развитие инновационно-ориентированного предпринимательства. Аналогичные документы следует выработать и в субъектах Федерации и муниципальных образованиях. Это даст возможность в моногородах со временем привлечь к работе в сфере малого и среднего бизнеса 60–70 процентов трудоспособного населения России. Государству следует задействовать самый широкий спектр форм и методов ресурсной поддержки малых и средних компаний, в первую очередь тех, которые относятся к категории промышленных инноваторов, наиболее ценных с точки зрения отраслевого развития монорегионов.

Среди мер финансовой поддержки инновационно-

ориентированного предпринимательства в монорегионах на первом месте – создание "мягкого" налогового климата, без которого, как свидетельствует мировой опыт, в принципе не может развиваться малый наукоемкий бизнес.

Особая тема – малые инновационные предприятия при вузах и исследовательских учреждениях в моногородах. Необходимо повысить роль малого и среднего бизнеса не только как одного из источников генерирования инноваций, но и как важнейшего звена в механизме внедрения нововведений в прикладную сферу, преодоления разрыва между этапом исследовательских работ и коммерциализацией полученных результатов, полученных в монорегионе.

Правительством Российской Федерации уже одобрен перечень моногородов, в отношении которых будут разработаны и реализованы программы оздоровления. В 2010 году из федерального бюджета на эти цели было выделено 10 млрд. рублей в виде субсидий и еще 10 млрд. рублей – в виде кредитов регионам [3], однако в этих программах очень слабо учтена возможность стимулирования развития малого предпринимательства, в связи с чем, считаем, что данные программы необходимо совершенствовать с учетом указанной нами задачи.

Таким образом, исследование современных законодательных проблем показало необходимость дальнейшего расширения форм взаимодействия федерального центра – монорегионов и субъектов малого предпринимательства для цели формирования концепции отраслевого развития монорегиона в условиях посткризисной экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Асаул А. Н. Совершенствование экономического процесса оценки инвестиционной привлекательности регионов/ А. Н. Асаул // Вестник гражданских инженеров. – 2004. – С.169–173.
2. Динамика валового регионального продукта по субъектам РФ за период 1998–2010гг. в текущих ценах млн. руб. [<http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat>]
3. Основные направления антикризисных действий Правительства РФ на 2010 год//Одобрено на заседании Правительства РФ Протокол от 30 декабря 2009 № 42
4. Незамайкин В.Н. Теоретико-методологические положения управления природно-экономическими комплексами регионов российской федерации – диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Москва, 2006.
5. Незамайкин В.Н. Интеграция России в процесс глобализации: природно-ресурсный аспект. // Финансы и кредит. – 2006. – №3. С. 16–21.
6. Удельный вес малого и среднего бизнеса в региональном развитии по состоянию на 01.01.2012 [<http://www.economy.gov.ru>]
7. Mau V., Yanovskiy K. Political and Legal Factors of Economic Growth in Russian Regions// Post-Communist Studies, 2002. – Vol.14, №. 3.– P.13–17
8. Rodrik D. In Search of Prosperity: Analytical Narratives on Economic Growth. Princeton University Press. 2003.– P.4–8
9. Миндлин Ю.Б. Стратегии инновационного развития экономики региона // Национальная безопасность/ Nota bene №5 2011г.
10. Миндлин Ю.Б. Налоговый механизм в социально-экономической системе региона // Налоги и налогообложение №6 2012г.

РАЗВИТИЕ ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ И ПОВЫШЕНИЕ ЕЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ В РАМКАХ ПРОЕКТА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН

THE DEVELOPMENT OF THE LIPETSK
REGION AND INCREASE
ITS INVESTMENT ATTRACTIVENESS
OF THE PROJECT ECONOMIC ZONES

T. Samoylova

Annotation

The article describes the reason for the establishment of special economic zones in Lipetsk. In addition, the paper presents the economic performance of the Lipetsk region.

Keywords: special economic zones, investment, economic and social development, SEZ "Lipetsk".

Самойлова Татьяна Дмитриевна
Аспирант, Московский
институт предпринимательства
и права, г. Москва

Аннотация

В статье рассматриваются причины создания особых экономических зон в Липецке. Кроме того, в работе приведены экономические показатели Липецкой области.

Ключевые слова:

Особые экономические зоны, инвестиции, социально-экономическое развитие, ОЭЗ "Липецк".

Острая необходимость во внутренних и внешних капиталовложениях в экономику, недостаточный уровень притока иностранных инвестиций побудили к поиску новых механизмов привлечения внешних инвестиций. Создание особых экономических зон является сравнительно новым и перспективным направлением в экономической политике. Во многих странах мира они зарекомендовали себя эффективным механизмом привлечения иностранного капитала.

Оценка инвестиционной привлекательности региона включает в себя два основных момента.

Во-первых, инвестиционную привлекательность самого региона. На данном этапе анализируется существующая нормативно-законодательная база, правовые аспекты, политическая ситуация, степень защиты прав инвесторов, уровень налогообложения и т.д. Во-вторых, инвестиционную привлекательность конкретных объектов инвестирования. На этом этапе анализируется экономическое состояние отраслей, предприятий и других субъектов хозяйственной деятельности.

Одной из составляющих инвестиционной привлекательности является инвестиционный потенциал. Инвестиционный потенциал – совокупность имеющихся в регионе факторов производства и сфер приложения капитала. Эта характеристика количественная. Она учитывает основные макроэкономические показатели, характери-

зующие эффективность функционирования региональной экономики: внутренний региональный продукт, внешнеторговый оборот, уровень капитальных вложений, объем промышленного производства на душу населения, уровень жизни населения, уровень безработицы, уровень потребительских цен, среднемесячная заработная плата населения, средняя обеспеченность жильем населения региона.

При оценке региональной экономики должен быть применен комплексный подход. Все вышеперечисленные факторы взаимосвязаны и оказывают прямое или косвенное влияние друг на друга, но все они статистические, и отдельно взятые не дают комплексной оценки экономического состояния региона.

Поэтому, необходимо учитывать вторую составляющую – инвестиционный риск. В научной литературе выделяют множество критериев оценки инвестиционного риска. Он характеризует вероятность потери инвестиций и дохода от них, показывает, почему не следует (или следует) инвестировать в данный объект, предприятие, отрасль, регион или страну. Степень инвестиционного риска может зависеть от целого ряда факторов, характеризующих ситуацию в регионе. Не менее важной составляющей инвестиционного риска является кредитный риск. Фактор риска весьма существенен, поскольку инвестиционная деятельность всегда осуществляется в условиях неопределенности, степень которой может значительно варьировать.

Кроме того, ОЭЗ – очень важный и нужный инструмент взаимодействия частного и государственного капитала. ОЭЗ – это, прежде всего, государственно–частное партнерство. Оно заключается в совместном вложении средств бюджета и частных инвестиций в развитие той или иной территории.

При создании ОЭЗ за счет средств бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов осуществляется реконструкция и строительство объектов внешней инфраструктуры – подъездных дорог, инженерных сетей, объектов энергетики и газоснабжения. Особые экономические зоны – эффективный механизм, способный стимулировать промышленное производство и инновационную экономику.[1]

Особая экономическая зона промышленно – производственного типа "Липецк" создана в 2005 году. Она расположена в Липецкой области, между юго–восточной границей города Липецка и городом Грязи; ее площадь – 10,3 кв. км. По сравнению с довольно многочисленными конкурентами, подавшими заявки на размещение на своей территории ОЭЗ (в конкурсе участвовали 43 региона), Липецкая область обладает рядом преимуществ. Прежде всего, Липецкая область – один из наиболее развитых промышленных районов Российской Федерации, донор федерального бюджета. Она обладает хорошими бюджетными показателями и высокой кредитоспособностью; экономика и финансовая отчетность прозрачны.

Именно поэтому Липецкая область первой в России получила национальный рейтинг международного агентства 5 "А+". Немаловажно, что в Липецкой области уже существует успешный опыт привлечения иностранных инвестиций, их количество превышает объем ее консолидированного бюджета. Интересно, но по этому показателю Липецкая область опережает даже столичный регион.

ОЭЗ "Липецк" специализируется на производстве готовых металлических изделий, машин и оборудования, транспортных средств, оборудования и компонентов, строительных материалов. На конец 2011 года в ОЭЗ "Липецк" было зарегистрировано 18 предприятий – резидентов из России, Италии, Бельгии, Японии и Германии, создано 1650 рабочих мест. Продукцию выпускают шесть заводов.

ОЭЗ "Липецк" развивается стремительными темпами. Это привлекает все большее количество российских и иностранных инвесторов.

Вполне естественно, что создание особой экономической зоны на территории какого–либо субъекта федерации, влияет как на экономические процессы, происходящие в нем, так и на социальные. Поэтому существование ОЭЗ "Липецк" на территории Липецкой области не только является важным федеральным проектом, но и опре-

деляет основные направления развития Липецкой области.

По отношению к предприятиям, действующим на территории ОЭЗ Липецкой области, применяется ряд льгот и мер государственной поддержки в рамках как государственных программ, так и областных и региональных, которые призваны стимулировать приток инвестиций на территорию ОЭЗ.[2]

В соответствии со Стратегией социально–экономического развития Липецкой области на период до 2020 года, утвержденной Законом Липецкой области от 25 декабря 2006 года № 10–ОЗ, развитие особой экономической зоны "Липецк" повлечет за собой как приток инвестиций в область, так и развитие областной инфраструктуры.

В связи с созданием в области особых экономических зон значительно возрастает актуальность защиты экономических интересов граждан и бизнеса.

Липецкая область одной из первых в России начала реализацию важнейшего проекта – создания на своей территории особых экономических зон регионального уровня. Для реализации стратегических направлений развития в области действует закон "Об особых экономических зонах регионального уровня". Его цель – ускорить развитие муниципальных образований области, расширить доходную базу бюджетов различного уровня, сформировать привлекательную инвестиционную среду в муниципальных образованиях.

Будут реализованы возможности развития малого бизнеса в Липецкой области путем привлечения малого бизнеса к совместной работе с крупными. С развитием особой экономической зоны "Липецк" получил дальнейшее развитие внешнеторговая деятельность в Липецкой области. Планируемый объем инвестиций в особую экономическую зону составит более 21,5 млрд. руб.

Проекты, которые будут реализовываться резидентами зоны, подлежат государственной поддержке в виде понижения налоговой ставки по налогу на прибыль, освобождения от уплаты транспортного налога, налога на имущество, земельного налога, льготной ставки по арендным платежам за земельные участки.

Развитие особой экономической зоны "Липецк" может улучшить транспортную инфраструктуру ОЭЗ. Сейчас ОЭЗ располагается на расстоянии 0,1 км.от железнодорожного перегона ст. Казинка – ст. Грязи–Орловские. В 2005 году к планируемой территории ОЭЗ промышленно–производственного типа от ст. Казинка построен подъездной путь (2,2 км).

Рядом с особой экономической зоной расположены

населенные пункты: г. Липецк, г. Грязи, село Казинка, п. Матырский, обеспечено регулярное автобусное сообщение, что положительно влияет на обеспечение зоны трудовыми ресурсами.

Как следствие, создание и развитие ОЭЗ промышленно-производственного типа повлечет увеличение грузовых пассажиропотоков на всех видах транспорта.

Создание особой экономической зоны промышленно-производственного типа "Липецк" в Грязинском районе площадью более 10 кв. км позволит создать в области еще один центр концентрации промышленности и наукоемких технологий и явится дополнительным импульсом развитию существующей кластерной зоны по производству "белой" техники. Будет привлечено более 50 резидентов с объемом инвестиций 21,5 млрд. руб., создано 13 тыс. рабочих мест.

Создание особых экономических зон регионального уровня позволит придать ускорение развитию муниципальных образований области посредством создания и развития новых высокотехнологичных производств, расширить доходную базу бюджетов различного уровня, обеспечить эффективное использование имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности, привлечь инвестиции в реальные активы и создать привлекательную инвестиционную среду в муниципальных образованиях.[3]

По словам администрации области, предприятиям удалось нарастить объемы производства и улучшить его качество за счет реализации в регионе крупных инвестиционных программ технического перевооружения и модернизации производства.

Так, в декабре 2012 года в Липецкой области утвердили программу "Модернизация и развитие промышленности Липецкой области на 2013–2020 годы". Помимо неё будет продолжаться реализовываться и целевая ком-

плексная программа "Развитие инновационной деятельности в Липецкой области на 2011 – 2015 годы", в которой будут предусмотрены новые мероприятия, направленные на повышение инновационной активности. Кстати, эта самая инновационная активность способствовала вступлению области в Ассоциацию инновационных регионов России.

Владимир Лаврентьев также рассказал, что в регионе успешно работают восемь региональных особых экономических зон (РЭЗ):

Успешно развивалась зарекомендовавшая себя во всем мире модель привлечения инвестиций – особые экономические зоны. В самой крупной из них – ОЭЗ "Липецк", сегодня зарегистрированы 23 резидента. Производством занимаются девять из них. Объем заявленных инвестиций превысил 74 миллиарда рублей. Открыто более двух тысяч рабочих мест. С момента создания экономической зоны на ее территории компаниями выпущено продукции на сумму почти 14 миллиардов рублей.

Владислав Корочкин, вице-президент Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства "Опора России", поговорил с "Однако" на тему эффективности особых экономических зон:

"В масштабах страны, этих экономических зон – приличное количество. В Подмосковье, например, их тоже несколько штук. Но они не все настолько эффективны как в Липецке. Подразумевается, что особая экономическая зона – это зона, где, прежде всего, есть специальная налоговая преференция для тех, кто там создаёт операционный бизнес. Требуется ряд других обстоятельств для того, чтобы привлечь туда инвесторов – это административный климат, это возможность использования инфраструктуры, в общем, все стандартные вещи, которые уже 125 раз констатировались. Эти вопросы не везде они решены. Соответственно, тот опыт, который есть в Липецкой области, он действительно положительный".

ЛИТЕРАТУРА

1. Жуйков Е.В. Особое внимание – производству и малому бизнесу /Е.В. Жуйков. 2009.
2. Региональная экономика. Основы теории и методы исследования: учебное пособие/ В.В. Курнешев, В.Г. Глушкова. М.: КНОРУС, 2010.
3. Филатова И.И. Экономический рост региона: усиление роли налогового регулирования (на примере Липецкой области): Липецк. 2010.
4. Борисов Е. Ф. Основы экономики: Учебное пособие / Е. Ф. Борисов// – М.: Юрайт – Издат. 2009. – С. 316.
5. Экономическая теория: Учебник; под общей ред. Г. П. Журавлевой, Л. С. Тарасевича// – М.: ИНФРА-М. 2011. – С. 714.
6. Миндлин Ю.Б. Потенциал региона в экономике инновационного развития // Вестник московского государственного областного университета. Серия "Экономика" №3 2011г.
7. Миндлин Ю.Б. Инновационные стратегии экономического развития региона // Образование. Наука. Научные кадры №4 2011г.

ЗАДАЧИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ВНЕДРЕНИИ БЮДЖЕТНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

TASKS OF THE BUSINESS ENTITY DURING THE IMPLEMENTATION OF THE BUDGET PLANNING

E. Ignatieva

Annotation

The article is devoted to organizational issues that arise in the implementation of budget planning in the business entity. The concepts of budgeting and planning at the enterprise are disclosed, and their interrelation is determined. Especial attention is paid to the problems which necessary to solve for effective budget planning in the company. The most relevant problems and possible decisions arising from the implementation process are identified and demonstrated on examples. The author briefly describes the final stage, the analysis of the totals after up the recommended measures in the company in conclusion.

Keywords: Budgeting, the budget committee, the regulations, the process of implementation, planning, budget analysis, control, system of budgets.

*Игнатьева Екатерина Владимировна
Магистр Национального
Исследовательского Университета
"Московский Энергетический Институт"*

Аннотация

Статья посвящена организационным вопросам, которые возникают при внедрении бюджетного планирования в хозяйствующем субъекте. Раскрываются понятия бюджетирования и планирования на предприятии, и определяется их взаимосвязь. Особое внимание уделяется задачам, которые необходимо решить для эффективного бюджетного планирования в компании. На примерах выявлены и продемонстрированы наиболее актуальные проблемы и способы их решения, возникающие при внедрении процесса. В заключении Автор кратко описывает конечный этап, анализ итоговых показателей после проведенных рекомендуемых мероприятий в компании.

Ключевые слова:

Бюджетирование, бюджетный комитет, регламент, процесс внедрения, планирование, анализ бюджета, контроль, система бюджетов.

Существует достаточное множество вариантов определения термина "Планирование". Остановимся на понятии наиболее конкретном и точном, определяющем саму суть. Планирование – это перечень мероприятий для достижения поставленной цели с учетом факторов и вероятного состояния, построенных в определенной последовательности и это средство, позволяющее перейти из текущего состояния в прогнозируемое. [2]

Конечное или желаемое, состояние соответствует долгосрочным стратегическим целям, которые отражают некий качественный образ компании: место на рынке, величину рентабельности и тому подобное.

Планирование и бюджетирование находятся в тесной взаимосвязи друг с другом: планы детализируют бюджет и составляют прогнозную часть, бюджет наоборот это совокупность плановых и фактических данных.

Объединяя в одном документе затраты на обеспечение деятельности организации, общие затраты на поддержание функционирования предприятия, доходы как источники финансирования всех затрат, ресурсы предприятия, допущения, и в количественно – стоимостном выражении согласно составленному плану, получаем бюджет. В итоге находятся решения для основополагающих вопросов таких, как на что компания может рассчитывать, чем располагать и чем может пожертвовать, чтобы достичь поставленных целей.

Бюджетирование позволяет не только оперативно контролировать обороты и определять причины отклонений, но и в идеале давать также возможность моделировать финансовые последствия принимаемых управленческих решений.

Таким образом, для термина бюджетирование существует два основных определения:

Бюджетирование – определяет отдельную методологию финансового планирования, для которой характерно наличие ряда специфических черт таких, как ответственность руководителя и распределение ресурсов;

Бюджетирование – это инструмент классического финансового планирования, то есть представляет собой совокупность плановых таблиц (бюджетная система), формирование которых осуществляется в соответствии с принятым в организации порядком (бюджетный регламент). [7]

К сожалению, в большинстве случаев внедрение технологии бюджетирования не дает должного эффекта. Это происходит по нескольким причинам:

1) бюджетирование используется только как финансовая технология; иначе говоря, компании используют бюджеты для контроля, за фактическими оборотами, но не для принятия управленческих решений;

2) планы и отчеты перегружены заведомо лишней информацией;

3) бюджеты дают только поверхностное представление о деятельности компании;

4) процесс бюджетирования выстроен неэффективно;

5) руководящие сотрудники компании не хотят использовать бюджетирование. Для эффективного использования бюджетирования в управлении компании необходимо решить следующие задачи. Во – первых, проводить планирование в компаниях, как "сверху в низ", так и "снизу в верх". Первое отражает целевые показатели бюджетов, то есть, руководство задает на входе показатели баланса, бюджета доходов и расходов, движения денежных средств, а на выходе получает не только операционные бюджеты, но и производственные планы. А второе – способы их достижения. Параметры производственных планов и бюджеты подразделений в натуральном выражении, задаются подразделениями компании и используются таким образом, что впоследствии складывается блок финансовых бюджетов (бюджетный баланс, бюджет доходов и расходов и бюджет движения денежных средств). [1]

Разницу между обоими вариантами проще всего показать на примере распределения денежных средств [7]:

I вариант: "...вот та сумма, которую мы можем выделить твоему подразделению на месяц, планируй закупки, зарплату и прочие расходы исходя из этой суммы";

II вариант: "...скажи нам, сколько тебе нужно денег на все расходы твоего подразделения в течение месяца, и мы выделим тебе необходимую сумму".

Значительные недостатки есть у каждого из вариантов. В первом случае высшее руководство может требовать от подразделения повышения качества, эффективности и другое, не предоставляя для этого соответствующих финансовых возможностей. Во втором случае неограниченность ресурсов "развращает" руководителей самих подразделений. [7]

Основным предназначением бюджетирования как технологией управления является передача прав и обязанностей на более низкий уровень управления, не теряя при этом контроль, за деятельностью компанией. Чтобы возможно было построить похожую систему управления и достичь важных для предприятия результатов, применяемая методология бюджетирования должна обладать несколькими свойствами:

1) Руководство освобождает себя от выполнения множества функций, они передаются на нижние уровни управления.

2) Решения в рамках функций переданных руководителем вниз, принимаются более оперативно.

3) Решения становятся более качественными, так как принимаются компетентными людьми в профильных подразделениях. [4]

Во – вторых, на эффективность бюджетирования напрямую влияет правильная организация процессов, то

есть регламентации самого бюджетирования, анализа бюджетов (плановых и фактических данных, допустимых и реальных отклонений), текущего контроля исполнения бюджетов, деятельности бюджетных комитетов (принятие плановых бюджетов и подведение итогов по факту их исполнения).

Для слаженной работы всех подразделений компании в процессе бюджетирования необходима четкая регламентация этого процесса и контроль, за исполнением регламентов. То есть важным условием эффективной работы системы бюджетирования является не только наличие регламента бюджетного управления, но и четкое выполнение данного документа. [3]

По срокам внедрение бюджетирования на предприятии может занимать год и более. Конечно же, сроки зависят и от размеров компании, но это не самый важный фактор, влияющий на скорость постановки бюджетирования. Одним из существенных факторов, который влияет на эти сроки, является именно разработка и внедрение регламента системы бюджетирования. Сама разработка регламента занимает много времени, поскольку необходимо учесть большое число факторов.

Сложность регламента, конечно же, зависит от сложности архитектуры системы бюджетного управления, которая будет заложена при планировании.

В – третьих, при анализе бюджетов наиболее важным стоит отметить согласование планов и определение показателей. К первому относится то, что руководство компании является согласующим звеном для всех служб предприятия. Эту функцию можно было бы осуществлять с помощью системы бюджетирования, если тщательно следить за тем, чтобы плановая деятельность разных подразделений компании, например отделов закупки – производство – сбыта согласованно и своевременно отражалась в бюджетах предприятия, то за их деятельностью, возможно, было бы отследить.

Предположим, что производственное подразделение организации N производит уникальную продукцию, реализация которой обеспечивается свойствами самого продукта. Производство осуществляется на дорогостоящем оборудовании и из дорогостоящих материалов. При этом начальник производства запрещает менять сложившуюся технологию, поскольку любые попытки повысить интенсивность работы приведут к потере качества. Сотрудникам отдела сбыта в данной организации остается лишь исправно поднимать телефонные трубки и организовывать доставку продукции покупателям. [7]

Практика показывает, что осуществить такое согласование часто оказывается невозможным, так как отделам закупки и производства требуется очень детальный долгосрочный план, а отдел сбыта, заинтересован в скорейшей реализации продукции. Это касается не только бизнеса, связанного с продажей товаров массового потребления, но и отраслей, работа в которых строится на долгосрочных и детальных контрактах таких как: произ-

водство сырьевых ресурсов, строительство, крупное машиностроение. Проблему, как правило, удается решить, определив оптимальные для всех сторон сроки и детальность планирования по ассортиментному ряду. [2]

Подбор показателей необходим, чтобы система бюджетирования давала возможность контролировать не только стандартные финансовые параметры, но и показатели, касающиеся тактических задач компании, такие как повышение качества продукции, снижение энергоёмкости производства, рост производительности труда. [6]

В – четвертых, требуется сэкономить время, необходимое для контроля, за исполнением бюджетов. В этом случае помогает система индикаторов, которые показывают, следует ли углубляться в проблему или повода для беспокойства пока не возникло. Важно ввести для финансовой службы несколько основных правил при предоставлении отчетов:

- 1) Система лимитов заложенных в бюджете
- 2) Использовать разные показатели для разных периодов
- 3) Формализовать комментарии к отражаемым в отчетах показателям.

В – пятых, для эффективного управления предприятием, бюджетный комитет, созданный специально для осуществления процесса бюджетирования, должен выполнять следующие функции:

- 1) Готовить качественные материалы по бюджетам;
- 2) Использовать процедуру корректировки бюджетов, чтобы отказаться от многократного согласования показателей;
- 3) Обсуждение только важных показателей. Решение всех мелких вопросов нужно делегировать исполнителям бюджетов. Применимое в этом случае известное правило Парето, известное тем, что успех процесса определяется минимумом правильно выбранных действий;
- 4) Предусмотреть заседания по тематическим сек-

циям, чтобы не отвлекать лиц от основных обязанностей по не относящимся к ним вопросам.

В – шестых существует большая группа сравнительно небольших проблем, которые необходимо решить компании для эффективного процесса бюджетирования. Обозначим лишь ключевые из них: – проблема распределения рисков: на каком уровне и каким образом должны устанавливаться страховые лимиты, гарантии и прочие элементы системы управления рисками; – проблема распределения прибыли: кто и каким образом должен решать вопрос о том, какую часть прибыли можно безболезненно изъять у генерирующего ее центра прибыли так, чтобы эффективность его работы не снизилась. [7]

Седьмой задачей является, процесс бюджетного управления во многом зависит от степени автоматизации, ее задача состоит в том, чтобы создать единое информационное пространство, в котором принятие управленческих решений и планирование опирается на надежные и валидные данные системы управленческого учета в части учета стоимости деятельности. [5]

На конечном этапе бюджетного планирования проводится целостный финансово – экономический анализ будущего состояния компании, определяя: что поменяется в компании, что произойдет с предприятием вследствие проведения тех или иных мероприятий в виду принятых управленческих решений, в какой мере разработанные бюджеты ведут к достижению поставленных стратегических целей.

Чаще всего, этот цикл необходимо повторять несколько раз для того, чтобы выбрать приемлемую величину итоговых показателей, удовлетворяющих стратегии. Данная процедура практикуется для того, чтобы руководство компании было уверено в конечном результате при внедрении бюджетного планирования на предприятии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белова, Е.Л. Построение процесса бюджетирования при формировании учетной политики организации / Белова Е.Л. // – М.: Современный бухучет. 2009. № 3. 357
2. Добровольский, Е. –Бюджетирование: шаг за шагом / Добровольский Е //– СПб.: Питер, 2012 г. –423 с.
3. Карпов, А. Книга 1 Бюджетирование как инструмент управления, / Карпов А. //– М.: Результат и качество, 2007г. –241 с.
4. Карпов, А. Книга 2 Регламент системы бюджетирования / Карпов А. //– М.: Результат и качество, 2008г. –339 с.
5. Карпов, А. Книга 4 Финансовая структура компании / Карпов А. //– М.: Результат и качество 2006г –135 с.
6. Карпов, А. Книга 8 Технология постановки бюджетирования в компании / Карпов А. //– М.: Результат и качество 2008г –235 с.
7. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Бюджетирование: методология или инструмент // Финансы и кредит. – 2012. – № 44. – стр. 16–21.
8. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Априорная оценка последствий финансовых решений, принимаемых при планировании деятельности компании // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – Серия: Экономика и право. – 2011. – № 2. – стр. 65–68.
9. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Оценка финансового состояния корпорации // Вестник Финансового университета. – 2011. – №1. – стр. 22–28.

ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА КОМПАНИИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

FINANCIAL POLICY OF THE COMPANIES IN DEPENDING OF ITS ECONOMIC ACTIVITY

V. Nezamaikin
L. Mitryaeva

Annotation

The article discusses the various types of financial policy in depending of various types of economic activity.

Keywords: financial policy, fiscal policy, economic environment, mission of the company.

Незамайкин Валерий Николаевич
Д.э.н., профессор,
Финансовый университет
при Правительстве РФ
Митряева Людмила Сергеевна
Студент факультета
"Налоги и налогообложение",
Финансовый университет
при Правительстве РФ

Аннотация

В статье рассматриваются различные варианты финансовой политики в зависимости от вида деятельности компании.

Ключевые слова:

Финансовая политика, налоговая политика, рыночная среда, миссия компании.

Финансовая политика – мероприятия государства по организации и использованию финансов для осуществления своих функций; система форм и методов мобилизации финансовых ресурсов, их распределения между социальными группами населения, отраслями деятельности и регионами страны, финансовое законодательство, регулирование доходов и расходов, формирование и исполнение государственного бюджета, налоговое регулирование, управление денежным обращением, воздействие на курс национальной валюты, структура государственных доходов и расходов. [3]

Исходя из данного определения, а также сопоставив возможные цели создания компании как таковой можно сделать вывод о том, что финансовая политика компании – это прежде всего разработанные мероприятия компании (как внешние, так и внутренние), направленные на эффективное использование средств для достижения целей, ради которых компания осуществляет свою деятельность.

Главной целью финансовой политики компании является наиболее полное и эффективное использование и наращивание ее финансового потенциала. Цель любой компании заключается в обеспечении роста доходов и прибылей пропорционально вложенным финансовым ресурсам.

В узком смысле финансовая политика компании заключается в максимизации доходов и минимизации расходов.

Финансовая политика компании включает в себя такие элементы как учетная политика, налоговая политика, политика управления инвестициями, бизнес-план компании, включающий множество значительных аспектов (ценовая политика, амортизационная политика, кредит-

ная политика, политика управления инвестициями и т.д.).

Именно поэтому финансовая политика компании просто не может быть единой для многих других компаний. Она не может быть единой даже для однотипных компаний, т.к. помимо отличающихся целей и задач каждой, имеется миссия, которую имеет каждая.

К примеру, если рассматривать деятельность агентства авиационных компаний, целью которой является продажа билетов и оказание туристических услуг, то:

- ◆ безусловно, в данной компании финансовая политика будет направлена на создание филиалов в различных городах в зависимости от сегмента рынка;
- ◆ компания будет стремиться к различному роду сотрудничества (к примеру, стать членом международной ассоциации воздушного транспорта, стать членом транспортно клиринговой палаты главной целью которой является – обеспечение расчетов по выручке между агентствами и авиаперевозчиками в условиях перехода на рыночные методы хозяйствования [5]);
- ◆ мероприятия по анализу спроса на услуги, складывающегося на рынке;
- ◆ компания будет предусматривать в своей деятельности льготную политику, различные подходы к предоставлению скидок.

Судя по возможным масштабам деятельности, данная авиационная компания может иметь организационную правовую форму в виде ОАО (открытого акционерного общества). Соответственно с этим, высшим органом управления будет общее собрание акционеров, которое и будет решать вопросы, касающиеся распределения прибыли, а также утверждения годовой отчетности, также

может быть предусмотрена социальная ответственность.

Если же рассматривать производственный кооператив, к примеру, направление деятельности которого будет являться – инженерно–строительные изыскания трасс для газоснабжения некоторых населенных пунктов, поиски месторождения полезных ископаемых, то:

- ◆ финансовая политика данной фирмы будет направлена на разработку собственными специалистами географической информационной системы с последующей государственной регистрацией в Федеральной службе по интеллектуальной собственности (Роспатент), на разработку по инженерно–строительным изысканиям, на разработку по картографии;
- ◆ на содействие в предоставлении услуг для государственных и муниципальных органов;
- ◆ на поиск добросовестных поставщиков сложнотехнического оборудования;
- ◆ на обеспечение достаточно высокого уровня специалистов;
- ◆ внедрение прогрессивных технологий, инструментов;
- ◆ разработка мероприятий к определению сроков полезного использования имущества, подлежащего амортизации, определения метода для начисления амортизации как для бухгалтерского, так и для налогового учета.

Если же рассматривать агентство недвижимости, которое может осуществлять операции с недвижимостью (строительство, продажа, покупка, обмен, оценка и т.д.), то финансовой политикой в данном виде деятельности может быть предусмотрено:

- ◆ строительство и реализация жилья различного класса в зависимости от сегмента (например панельное индустриальное домостроение);
- ◆ запуск различных ипотечных программ (также например при содействии с Правительством Москвы, банками);
- ◆ создание собственной службы эксплуатации жилых домов;
- ◆ выход на международный финансовый рынок, размещение акций на биржах;

- ◆ наращивание промышленного потенциала, ввод в эксплуатацию заводов;
- ◆ получение государственных гарантий Правительства РФ;
- ◆ разработка мероприятий по проектированию;
- ◆ программы социальной ответственности.

Итак, рассмотрев данный вопрос, можно сделать вывод о том, что финансовая политика компании должна разрабатываться на весь период ее деятельности. Также, в зависимости от воздействий рыночной среды она может меняться, дополняться, но следовать одному принципу – миссии, ради которой создана компания.

Само формирование данной финансовой политики компании несет некоторое количество этапов. Количество таких этапов и определяется видом деятельности компании, а также с необходимостью решения отдельных проблем. Что касается самой разработки финансовой политики, то компания должна определиться с вопросом о том, будет ли она сама этим заниматься, или же обратиться к специализирующимся в этой области фирмам.

Деятельность компании будет характеризовать сам стиль, методы, мероприятия как в зависимости от рисков, так и в зависимости от принимаемых управленческих решений. Огромное значение будет уделяться законным способам снижения и оптимизации налогообложения.

Неудивительно, что политика налогового планирования разрабатывается на начальном этапе учреждения компании уже с учетом особенностей специфики, нормативно–правовой базы, организационно–правовой формы, и сферы деятельности.

К примеру, можно не избегать различных финансовых рисков и тем самым отказываться проводить мероприятия, связанные со снижением рисков, посредством отказа от операций, связанных с высокой долей рисков. Но в данном случае могут возникнуть иные обстоятельства, которые могут вызвать осложнения в деятельности компании в целом.

Но даже при обеспечении высокой безопасности компании есть вероятность недостижения конечных выских результатов. В противовес этому будет стоять вопрос стабильности компании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Оценка финансового состояния корпорации // Вестник Финансового университета. 2011. № 1. С. 22–28.
2. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Налоговая политика: состояние и перспективы // Финансы. 2009. № 12. С. 35–40
3. Словарь экономических терминов (<http://www.bank24.ru/info/glossary/?srch=%D4%C8%CD%0%CD%D1%CE%C2%0DF+%CF%CE%CB%C8%D2%C8%CA%0>)
4. Шальнева М.С. Финансовая политика как фактор развития компании // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – М., 2013.– №1. – стр. 9–17
5. <http://www.tch.ru/rus/mission>

ПРОГНОЗНАЯ ФИНАНСОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ В ФИНАНСОВОМ ПЛАНИРОВАНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОРПОРАЦИЙ

THE FORECAST FINANCIAL INFORMATION IN THE CORPORATE FINANCIAL PLANNING

V. Nezamaikin
I. Yurzinova

Annotation

The article gives a definition of prospective financial information, its purpose and characteristics of adequacy. The authors describe the main documents that make up the prospective financial information of the corporation.

Keywords: the prospective financial information, management financial solutions, forecasts and planning activities of the corporation, the forecast profit and loss account, cash forecast.

Незамайкин Валерий Николаевич
Д.э.н., профессор кафедры
"Корпоративные финансы" Финансового
университета при Правительстве РФ
Юрзинова Ирина Леонидовна
Д.э.н., доцент кафедры
"Макроэкономическое регулирование"
Финансового университета
при Правительстве РФ

Аннотация

В статье приводится определение прогнозной финансовой информации, ее назначение и признаки адекватности. Рассматриваются основные документы, составляющие прогнозную финансовую информацию корпорации.

Ключевые слова:

Прогнозная финансовая информация, управленческие финансовые решения, прогнозы и планирование деятельности корпорации, прогноз прибылей и убытков, прогноз движения денежных средств.

При подготовке перспективных (будущих) финансовых решений большое значение имеет прогнозная финансовая информация. В стандартах аудиторской деятельности под ней понимается "информация о будущем финансовом положении, будущих финансовых результатах деятельности, будущем движении денежных средств экономического субъекта либо отдельных сторонах его финансово-хозяйственной деятельности в будущем, подготовленная исходя из допущения, что определенные события произойдут, и определенные действия будут предприняты руководством экономического субъекта" [3]. Этой же трактовкой целесообразно руководствоваться и в финансовом менеджменте.

Прогнозная финансовая информация должна в обязательном порядке учитывать изменения основных факторов внешней среды (таких как уровень инфляции, развития рынков и т.д.). Она может быть подготовлена в виде одно- или многовариантного прогноза. В основе одновариантного прогноза лежат допущения об определенных будущих событиях, принимаемых управленческих финансовых решениях и их последствиях. В случае многовариантного прогноза – допущения о различных вероятных будущих событиях и принимаемых исходя из них управленческих финансовых решений с целью определения различных путей развития корпорации, из которых впоследствии выбирается оптимальный.

Адекватной считается такая прогнозная финансовая информация, которая:

- ◆ изложена ясно и непредвзято;
- ◆ учитываемые допущения и учетная политика раскрыты в пояснениях к прогнозной финансовой информации (развернутой пояснительной записке);
- ◆ содержит дату ее подготовки и подтверждение применимости допущений на эту дату.

Поскольку корпорация привлекает широкий круг инвесторов (как правило, отделенных от управления), а также значительное число различных контрагентов, прогнозная информация должна показывать, как будут соблюдаться интересы всех субъектов, связанных с данной корпорацией.

Прогнозная финансовая информация формируется в рамках финансового планирования. При этом качественному финансовому планированию в обязательном порядке должно предшествовать формулирование целей развития корпорации (не обязательно финансовых, например, разработка и внедрение инновационных технологий). Финансовые планы могут разрабатываться как для корпорации в целом, так и для ее структурных подразделений. При этом задаваемые сценарии развития могут быть различными (от агрессивного сценария развития до консервативного).

Еще одним фактором, определяющим качество финансового планирования, является оценка принятых в прошлом управленческих финансовых решений и анализ современного финансового состояния корпорации. Базой для получения такой финансовой информации служат формы финансовой отчетности, заполняющиеся в рамках бухгалтерского учета.

Формы финансовой отчетности являются своего рода моделью хозяйственно-финансовой деятельности корпорации. Содержащаяся в них информация является открытой и доступной для анализа и принятия управленческих финансовых решений различными лицами – учредителями, акционерами, кредитными организациями и другими пользователями [5, стр.39]. Поэтому важно, чтобы решения, принимаемые в рамках финансового менеджмента, отражались в бухгалтерском учете без искажения реального финансового состояния организации.

Особое место в системе внутрикорпоративной прогнозной финансовой информации занимают прогнозный баланс, прогноз прибылей и убытков, прогноз движения денежных средств. Иногда совокупность этих трех документов называют сводным прогнозным бюджетом или прогнозным мастер-бюджетом корпорации.

Прогнозные финансовые бюджеты составляются с периодичностью отвечающей задачам планирования. Однако необходимо, чтобы "контрольные точки" для составления прогнозного мастер-бюджета совпадали с датами составления бухгалтерской информации – для того, чтобы впоследствии можно было выявить отклонения в реализации утвержденного финансового плана.

Прогнозный баланс должен отражать желаемую структуру активов корпорации и источников средств на фиксированную дату. Источником информации для первоначального прогнозного баланса, составляемого на дату начала планового периода является бухгалтерский баланс, составленный в соответствии с приказом Минфина России от 22.07.2010 №66н "О формах бухгалтерской отчетности организации". (При составлении второго и далее прогнозных балансов, вместо бухгалтерских балансов, используются прогнозные балансы на предшествующую дату). Прогнозный баланс имеет несколько иное назначение, нежели бухгалтерский: в качестве активов в нем показаны вложенные в бизнес ресурсы, а в пассивах – обязательства, которые возникнут в целях обеспечения бизнеса. Прогнозный баланс может составляться для отдельного/вновь вводимого вида деятельности или структурного подразделения. На основании прогнозного баланса в совокупности с прогнозом прибылей и убытков, прогнозом движения денежных средств и иными оперативными бюджетами принимаются управленческие финансовые решения, направленные на достижение поставленных целей и улучшение финансового состояния. Прогнозный баланс имеет иной формат, чем Форма №1 бухгалтерской отчетности.

Статьи актива прогнозного баланса, располагаются в порядке снижения ликвидности, а пассива – в порядке возрастания срока погашения, начиная с текущих обязательств, то есть в соответствии с рекомендациями МСФО. Для наглядности принятия оперативных финансовых управленческих решений составим горизонтальный прогнозный баланс в масштабе, располагая активы в левой части, а пассивы – в правой. Упрощенная структура прогнозного баланса представлена на **рисунке 1**.

Соотношения между статьями баланса выбраны условно.

Актив прогнозного баланса показывает желаемую структуру имущества корпорации. Важным финансовым показателем, получаемым из прогнозного баланса, является чистый оборотный капитал (стрелка серого цвета на рисунке 1), рассчитываемый как разность между оборотными активами и текущими обязательствами и дающий "грубое представление о запасе денег" [4, стр.762] (в силу более высокой по сравнению с основными средствами ликвидностью оборотных активов). Кроме того прогнозный баланс дает представление о ликвидности, активов, маневренности, предполагаемых вложениях в реальные и финансовые активы, стоимости собственного капитала, финансовой устойчивости и т.д.

Управленческими финансовыми решениями, принимаемыми с целью изменения структуры прогнозного баланса, могут быть, например, решения по изменению:

- ◆ нормативной величины запасов;
- ◆ амортизационной политики;
- ◆ структуры заемного капитала;
- ◆ структуры собственного капитала;
- ◆ соотношения заемного и собственного капитала и др.

Прогноз прибылей и убытков составляется по методу начисления (accrual base) и содержит следующие финансовые показатели: выручка, валовая прибыль, EBITDA (операционная прибыль до вычета амортизации, процентов и налогов), EBIT (операционная прибыль до вычета процентов и налогов), чистая прибыль планового периода.

Управленческими финансовыми решениями, принимаемыми для изменения структуры прогноза прибылей и убытков, могут быть, например, решения по управлению:

- ◆ финансовым и операционным рычагами;
- ◆ налоговым бременем (налоговая политика);
- ◆ себестоимостью (амортизационная политика, оценка материальных затрат, структура затрат и др.) и др.

Кроме того, на основании структуры прогноза прибылей и убытков возможно принятие альтернативных решений на основе, операционного или CVP анализа.

АКТИВ		ПАССИВ
Оборотные активы	Денежные средства + краткосрочные финансовые вложения	Кредиторская задолженность + прочие краткосрочные обязательства
	Дебиторская задолженность	Долгосрочные обязательства
	Товарно-материальные запасы	
Основные средства и нематериальные активы по остаточной стоимости		Собственный капитал
Итого активы		Итого собственный капитал + обязательства

Рисунок 1. Упрощенная структура прогнозного баланса

Прогноз движения денежных средств должен включать денежные потоки от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности. Денежные потоки, связанные с выплатой и получением процентов и дивидендов, целесообразно раскрывать в отдельных строках.

Управленческими финансовыми решениями, принимаемыми для изменения структуры прогноза движения денежных средств, могут быть, например, решения:

- ◆ об изменении сроков инкассации дебиторской задолженности;
- ◆ о кредитной политике;
- ◆ о трансформации свободных денежных средств

от операционной деятельности в краткосрочные финансовые вложения и наоборот;

- ◆ о перераспределении финансовых потоков между операционной, инвестиционной и финансовой деятельностью;
- ◆ о создании оптимального платежного календаря и др.

На основании полученных прогнозной финансовой информации (прогнозных финансовых документов), рассчитываются финансовые показатели и коэффициенты, позволяющие оценивать будущее финансовое состояние корпорации/отдельного бизнеса и управлять ими.

ЛИТЕРАТУРА

1. Приказ Минфина России от 02.07.2010 №66 "О формах бухгалтерской отчетности организаций"
2. Правило (стандарт) аудиторской деятельности "Проверка прогнозной финансовой информации" (одобрено Комиссией по аудиторской деятельности при Президенте РФ 20 августа 1999 г. протокол N 5)
3. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов / пер. с англ. Н. Барышниковой. – М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2010.
4. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Финансы организаций: менеджмент и анализ. Учебное пособие. 3-е издание. – М.: Эксмо, 2007.
5. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Оценка финансового состояния корпорации // Вестник Финансового университета. – 2011. – №1. – стр. 22-28.
6. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Бюджетирование: методология или инструмент // Финансы и кредит. – 2012. – № 44. – стр. 16-21.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ

CORPORATE FINANCE IN THE CONSTRUCTION INDUSTRY

*I. Yurzinova
V. Babakina
E. Golushko*

Annotation

The authors considered the experience of state support the financing of innovation in our country and abroad, budgetary and extra-budgetary incentives innovation.

Keywords: innovation, research and development, special tax regimes for innovation-active organizations.

Юрзинова Ирина Леонидовна

*Д.э.н., доцент кафедры
"Макроэкономическое регулирование"*

Финансового университета

при Правительстве РФ

Бабакина Виктория Викторовна

Студент факультета

"Налоги и налогообложение"

Финансового университета

при Правительстве РФ

Голушко Екатерина Петровна

Студент факультета

"Налоги и налогообложение"

Финансового университета

при Правительстве РФ

Аннотация

В статье рассматривается опыт государственной поддержки финансирования инноваций у нас в стране и за рубежом, бюджетные и внебюджетные методы стимулирования инновационной деятельности.

Ключевые слова:

Инновационная деятельность, НИОКР, специальные режимы налогообложения для инновационно-активных организаций.

Модернизация и внесение изменений в технологическую базу должны осуществляться с активным применением инноваций, поскольку они являются важнейшими условиями перевода функционирования экономики на рыночные взаимоотношения. Однако частные компании не стремятся вкладывать большие объемы денежных средств в НИОКР, особенно в значительные проекты. Таким образом, ключевая роль в данной сфере принадлежит государству.

Если рассматривать федеральный уровень и уровень субъектов РФ, то можно выделить следующие источники финансирования:

- ◆ Собственные денежные средства бюджетов, а также внебюджетных фондов;
- ◆ Привлеченные средства государственной банковской и страховой сфер;
- ◆ Заемные денежные средства в форме внутреннего и внешнего государственного долга (государственные облигации, международные займы).

Государство участвует в инновациях посредством прямого (поддержка централизованными средствами) и косвенного финансирования (формирование благоприятных условий для функционирования механизма привлечения средств).

Государственное участие в инновационной деятельности может включать как непосредственную финансовую поддержку централизованными средствами (прямое финансирование), так и создание условий для использования рыночного механизма привлечения средств (косвенное финансирование).

Субъектами научно-исследовательской сферы, которым необходимо прямое государственное финансирование, являются:

1. Компании оборонного сектора, которые осуществляют разработку новой и обновление существующей военной техники;

2. Организации, функционирование которых жизненно важно для общества, но большая доля работ, которых не может быть направлена на коммерческие цели;

3. Субъекты хозяйствования, которые направлены на получение прибыли, среди которых можно определить научные организации, обладающие серьезным научно-техническим потенциалом и самостоятельностью, а также малые инновационные компании. Также необходимо

формирование благоприятных условий для функционирования механизма привлечения средств.

Система бюджетного финансирования инновационной сферы (схема)

Объекты бюджетного финансирования	Приоритетные направления НТП	Федеральные инновационные программы	Контракты на выполнение госзаказа
		Государственные научно-технические программы	
		Международные проекты и программы	
	Целевые бюджетные фонды	Российский фонд фундаментальных исследований	Гаранты, финансовое обеспечение инициативных перспективных проектов и работ
		Российский гуманитарный научный фонд	
		Фонд содействия развитию малых предприятий в научно-технической сфере	
	Базовое финансирование стратегического ядра	Академический сектор, включая высшую школу	
		Государственные научные центры, лаборатории	
		Содержание уникальных объектов опытно-экспериментальной базы	

отметить, что финансирование малых инновационных компаний является важным вектором государства, так как маленькая наукоемкая компания выступает наиболее эффективной в части разработки новых технологий, продуктов и патентов в расчете на единицу затрат на исследования.

Принято выделять три способа государственной поддержки проектов:

- ◆ Выделение кредитных средств на основе принципов возвратности, платности и срочности;
- ◆ Выделение кредитных средств при условии предоставления государству части акций, создаваемых "под проект" компаний;
- ◆ Предоставление гарантии возмещения доли инвестируемых средств, в случае невыполнения проекта не по вине инвестора. В качестве инвестора могут выступать уполномоченные банки, а в качестве гарантии – поручительство Министерства финансов России.

При этом, государственное финансирование осуществляется на базе конкурсного отбора, а также срочности, платности, возвратности и обеспеченности. Также нам бы хотелось сказать несколько слов о конкурсном отборе: в нем могут участвовать только бизнес-планы проектов, которые получили заключения государственной экспертизы; создатель проекта должен вложить в его осуществление не менее 20% от общего объема необходимых ресурсов; период окупаемости проектов должен составлять не более двух лет; уровень поддержки государства зависит от формы финансирования проектов и

их категории.

Также государственная поддержка инноваций может осуществляться и из бюджетных и внебюджетных фондов финансирования НИОКР.

Косвенная поддержка инновационной сферы осуществляется государством в форме формирования органами государственной власти благоприятных условий финансирования НИОКР для потенциальных инвесторов на рыночных условиях. Так методами косвенного финансирования являются:

1. Налоговые льготы. Например: освобождение от налогообложения определенных категорий налогоплательщиков или сфер деятельности, закрепление необлагаемого минимума объекта налогообложения, применение пониженных ставок налогов для определенных категорий налогоплательщиков и т.д.;

В настоящее время отсутствуют какие-либо специальные режимы налогообложения для инновационно-активных организаций, несмотря на то, что определенные попытки ввести такие льготы уже предпринимались. Во многом это вызвано отсутствием специального законодательства, регулирующего инновационную деятельность.

В своей работе "Создание благоприятного налогового климата для развития инновационных организаций как основы роста российской экономики" Малкова Ю.В. говорит о создании специальных налоговых режимах в рамках инновационной деятельности. Мы поддерживаем данную идею, поскольку предпосылки для создания были сделаны в недалеком прошлом, но не получилось претво-

речь эту идею в жизнь. Мы считаем, что стоит двигаться в этом направлении, так как те налоговые льготы, которые предоставляются участникам инновационной деятельности рассматриваются достаточно узко, ведь развитие инновационной деятельности не предполагает то, что они будут успешны и широко использоваться в производстве. Поэтому целесообразно было бы выделить действующий сегмент инновационно-направленных предприятий, которые выполняли бы ряд условий, для признания их таковыми. Отсеять огромное количество предприятий, занимающихся инновационной деятельностью и применяющих налоговых льготы, но не приносящих действенных результатов.

Малкова Ю.В. предлагает выделить дефиницию инновационного предприятия, как предприятие производящее регулярные разработки и успешно внедряющее их в производство (что особенно подчеркивается)[10]. На практике для подтверждения этого будут использоваться показатели прироста интеллектуального капитала и дохода от реализации инновационной продукции.

Для первоначального отнесения организации к инновационной будет необходимо, чтобы доля доходов, приходящаяся на реализацию качественно новой или усовершенствованной продукции, составляла не менее 30% от общего объема реализации. То есть для перехода на спецрежим будет достаточно этого. Но в последующем, для закрепления статуса за инновационной организацией, должны будут соблюдаться следующие условия:

1.1 прирост интеллектуального капитала в организации за отчетный период (год) должен составлять не менее 5 % от первоначального объема;

1.2 прирост доходов от реализации качественно новой или усовершенствованной продукции должен быть равен или больше прироста интеллектуального капитала организации.

Предполагается, что для инновационных предприятий ряд налогов, а именно: налог на прибыль, земельный налог, налог на имущество будут заменены единым налогом.

Введение специального налогового режима – новой главы Налогового кодекса Российской Федерации – учитывает особенности инновационного процесса, а именно стимулирует стадию внедрения разработок в производство продукции, в отличие от уже существующих льгот, направленных лишь на проведение НИОКР и никак не подразумевающих их эффективное внедрение.

2. Инвестиционные налоговый кредит – это форма изменения срока исполнения налогового обязательства, при которой налогоплательщику предоставляется возможность уменьшить платежи по налогу на прибыль с последующей уплатой суммы кредита и процентов. Инвестиционный налоговый кредит предоставляется на срок от года до 5 лет по налогу на прибыль организации, а также по региональным и местным налогам. Проценты на сумму кредита определяются по ставке, не менее 1/2 и не превышающей 3/4 ставки рефинансирования Центрального банка России. [19]

3. Возможность использования ускоренной амортизации. Данный способ дает возможность организациям увеличить размер собственных инвестиционно-воспроизводственных ресурсов.

4. Неналоговые методы:

Предоставление поручительств для обеспечения кредита, который привлечен для дальнейшей продажи на рынке проекта. Наиболее оптимальным является предоставление частичных поручительств, поскольку оно не снимает весь объем ответственности с главного инвестора и не позволяет лоббировать неэффективные проекты заинтересованными лицами.

В основе государственного финансирования НИОКР лежит его целевая направленность и множественность источников финансирования. Разработкой и исполнением бюджета в сфере расходов на НИОКР, а также организацией порядка формирования государственных фондов поддержки инновационной деятельности занимается Правительство РФ. При этом, научно-технические программы, создаваемые и реализуемые на базе международных и межотраслевых соглашений и научно-технические программы разработки новых технологий двойного применения могут финансироваться в порядке долевого участия.

Таким образом, поскольку государственное финансирование инновационной сферы из бюджетных средств ограничено, то возросла роль привлечения денежных средств из дополнительных источников – внебюджетных средств.

Внебюджетные методы поддержки инновационной деятельности в России.

Основными формами внебюджетного финансирования являются:

1. Правовая защита инноваторов, в том числе малого бизнеса;
2. Включение без финансирования внебюджетных научных проектов в федеральные инновационные программы;
3. Государственное обеспечение инновационного менеджмента методиками, положениями и другими инструкциями;
4. Обеспечение государством инновационной сферы информацией;
5. Государственная поддержка инноваторов в процессе сертификации, маркетинговых услуг и реализации продукции;
6. Оказание государственной помощи в проведении ремонта сложной техники;
7. Проведение гос. учета и контроля расходования средств внебюджетных фондов и т.д.

Основной формой внебюджетного финансирования инновационной сферы является формирование внебюджетных фондов, которые создаются на основе Постановления Правительства РФ, утвержденного 12.04.1994 г

"Порядком образования и использования отраслевых и межотраслевых внебюджетных фондов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ". [18] В соответствии с данным Постановлением субъектами создания внебюджетных фондов являются:

- ◆ Министерство науки и технологий Российской Федерации – создает российский фонд технологического развития;
- ◆ Федеральные министерства – внебюджетные фонды соответствующих министерств;
- ◆ Иные федеральные органы исполнительной власти – внебюджетные фонды ведомств;
- ◆ Концерны, корпорации и ассоциации – внебюджетные фонды объединений.

Также надо отметить, что данные внебюджетные фонды создаются на основе добровольных отчислений компаний независимо от форм собственности в размере до 1,5% от себестоимости реализуемой продукции.

Большую роль в целях привлечения частных инвестиций играет Указ Президента РФ от 17.09.1994г "О частных инвестициях в РФ". [17] В нем определено ежегодное выделение бюджетных средств (0,5% ВВП) для финансирования высокоэффективных инвестиционных проектов, которые подготовлены коммерческими структурами, при условии размещения этих средств на конкурсной основе. Данный Указ также определяет, что в конкурсе могут участвовать коммерческие высокоэффективные инвестиционные проекты, которые непосредственно связаны с развитием точек роста экономики, по которым инвесторы финансируют не менее 20% собственных средств и период окупаемости которых не более двух лет.

Таким образом, организация внебюджетных фондов помогает завершить рентабельные научные проекты, в том числе патентование за границей и получение сертификатов международного уровня, что действительно необходимо для функционирования российских инновационных компаний на мировом рынке и продвижению на нем наиболее перспективных продуктов.

*Финансирование
инновационной деятельности за рубежом.*

В промышленно развитых странах существуют разнообразные пути и формы финансирования научных исследований и инновационного бизнеса. Особое внимание нам бы хотелось обратить на такие страны, как Япония, США, Германия, Франция и Великобритания. Так ключевым моментом в решении инновационных вопросов является активное государственное участие в реализации инновационной политики путем прямой и косвенной поддержки данной отрасли.

Основным государственным инструментом научно-технической политики выступает использование бюджетных средств. Так в данных странах, например, государство оплачивает порядком 20–50% национальных научных расходов. Доля расходов на НИОКР в общей

сумме государственных расходов составляет не слишком большую величину, но в последние 20 лет очень стабильную: США–6–7%, Германия– 4–5%, Великобритания–4–5%, Япония–3–5%. [16]

Основным показателем масштабности государственной поддержки инноваций выступает доля расходов на НИОКР в ВВП: США–2,45% (общие расходы на НИОКР – 75 млрд.долл.), Япония–3% (более 26 млрд.долл.), Германия–2,3% (более 36 млрд.долл.), Великобритания –2,2% (21 млрд.долл.). [16]

Также нам хотелось сказать несколько слов об источниках финансирования инновационной сферы, которые делятся на частный и государственный сектор. При этом в развитых странах основным источником поддержки является частный сектор. Его доля составляет примерно 48–72% от общего объема финансирования. В частном секторе реализуется 60–75% совокупного объема инновационных разработок и научных исследований, в том числе финансируется и осуществляется порядком 70% прикладных исследований и 90% опытно-конструкторских работ, доля фундаментальных исследований –4%.

Так в США значительная доля НИОКР финансируется и реализуется частным сектором, но при этом параллельно функционирует система трансферта результатов НИОКР, которые выполнены в федеральных научных центрах и университетах.

Не секрет, что университеты Америки – это своего рода интеллектуальные центры, где прикладные и фундаментальные исследования находятся в тесной взаимосвязи с подготовкой выпускников. Государственное финансирование НИОКР в университетах значительно больше, чем во многих странах, а уровень "рационального использования" результатов научной деятельности – самый высокий в мире. Научные проекты американские университеты получают от федерального правительства финансирование в виде контрактов, грантов и соглашений.

Стремительно развивающиеся страны Юго-Восточной Азии, в том числе Япония, можно сказать "вламываются" в мировой технологический бизнес. Поскольку они не имеют серьезного научного потенциала и энерго-сырьевых ресурсов, то они скупают высокотехнологические продукты на последней (дорыночной) стадии. В это время уже известны производственные особенности и потенциальный рынок сбыта продукции. Таким образом, им необходимо только доработать продукт и запустить его в производство.

В Германии функционирует единая сеть, в которую входят технологические и инкубационные центры. В процессе их создания был использован опыт функционирования инкубаторов в Америке, технополисов в Японии и Франции, а также научных парков Великобритании. При этом такие центры являются как бы узловыми пунктами в единой сети. Они сформировались благодаря региональным инициативам и являются живым примером общественно-частного партнерства. Технологические центры функционируют на основе партнерского сотрудничества с промышленными и торговыми палатами, банками, ин-

ститутами и осуществляют признанную деятельность в интересах общества.

Анализируя зарубежный опыт можно сказать, что базовые элементы инновационного механизма в развитых странах не отличаются в серьезной степени. Прямые методы государственного финансирования практически аналогичны, а имеющиеся отличия не столь принципиальны.

Вывод

Таким образом, по нашему мнению главным направлением создания инновационной среды в нашем государстве выступает создание инновационных и технологических центров, бюджетных и внебюджетных фондов, которые в свою очередь помогают существованию инновационным организациям и способствуют передаче готовой научной продукции на рынок. На сегодняшний день уже созданы Союз независимых инжиниринговых организаций, Союз инновационных компаний, Ассоциация поддержки малых инновационных компаний и т.д. Целью их создания является освоение и реализация на внешнем и внутреннем рынках конкурентоспособной продукции на основе инноваций.

Используя опыт зарубежных стран можно отметить, что именно государству необходимо инновационную политику, обеспечивающую эволюционный путь к современному мировому рынку. Однако даже в развитых стра-

нах существуют векторы совершенствования инновационной политики, которые в большей мере направлены на правовую защиту технологий, государственную поддержку инновационной сферы и на защиту государственных интересов в области безопасности. Важным условием развития политики в области инноваций в нашем государстве должна стать непосредственная интеграция в данной области.

Также можно отметить, что в последнее время государственные органы власти экономически развитых зарубежных стран проводят целенаправленную политику в инновационной сфере с формированием целевых векторов, источников финансирования и критериев оценки эффективности инновационных компаний.

В настоящее время в мировой практике важным механизмом регулирования финансовой поддержки инновационного бизнеса выступают различные налоговые льготы. Основным их преимуществом является общедоступный характер, что дает возможность ими пользоваться большинству субъектов инновационной сферы. Немаловажную роль играет и предоставление грантов на осуществление стартовых научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по реализуемым проектам, что дает непосредственную возможность перейти к конкурсному и целевому финансированию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеев А.Н. Инновационный менеджмент учебный курс – Центр дистанционных образовательных технологий МИЭМП, 2010
2. Бабкина Е.В., Сергеев В.А. Тройная спираль инновационного развития: опыт США и Европы, возможности для России // Инновации, 2011 г., №12, с.68–78
3. Гаврилова Н. Инструменты инновационного развития: опыт США // Экономист, 2011 г., №8, с.92–96
4. Денисов Ю.Д. Япония фокусирует процесс информатизации. Японский опыт для российских реформ. Вып. 1. М., 2011.
5. Ерошкин А.М. Механизмы государственной финансовой поддержки инноваций за рубежом // Финансы и кредит, 2011 г., №24 (456), с.62–70
6. Ефимова Н.Ф., Маховикова Г.А. "Инновационный менеджмент", ЭКСМО, 2010. – 208 с.
7. Заварухин В. Управление научно-технологическим развитием в США.
8. Зубарев И., Шевченко В. Особенности государственного регулирования инновационных процессов: из опыта стран с развитой рыночной экономикой. М.: Info-Кодекс, 2012. С. 31–33.
9. Ленчук Е.Б., Власкин Г.А. Инвестиционные аспекты инновационного роста: мировой опыт и российские перспективы. – М.: Либроком, 2009, 288 с.
10. Малкова Ю.В. Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации // Создание благоприятного налогового климата для развития инновационных организаций как основы роста российской экономики// 2011.
11. Незамайкин В.Н. Роль и место налогового анализа в общей системе управления народным хозяйством // Экономический анализ: теория и практика. – 2002. – №2. – стр. 22–24.
12. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Налоговая политика: состояние и перспективы // Финансы. – 2009. – №12. – стр. 35–40.
13. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Оценка финансового состояния корпорации // Вестник Финансового университета. – 2011. – №1. – стр. 22–28.
14. Судариков А.Л., Грибовский А.В. О путях совершенствования законодательства в инновационной сфере // Инновации, 2011 г., №5, с.3–8
15. Юрзинова И.Л. Об адаптации хозяйствующего субъекта к существующим условиям налогообложения// Налоговая политика и практика. – 2008. – №11. – стр. 20–27.
16. Блог успешного руководителя <http://www.victorstellar.com/>
17. Государственная публичная научно-техническая библиотека России <http://www.gpntb.ru/>
18. Консультант + <http://www.consultant.ru/>
19. Свободная энциклопедия "Википедия" <http://ru.wikipedia.org/>

ВЕНЧУРНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ В РОССИИ

VENTURE FINANCING IN RUSSIA

*I. Yurzinova
Y. Vorontsova
E. Kalinenko*

Annotation

The subject of the article is the problem of venture finance of the high-tech and information technology, based on the development of intellectual resources. The authors describe the tools and methods of venture financing and compare the situation in Russia and abroad.

Keywords: innovation model, venture financing, start-up, the infrastructure fund.

Юрзинова Ирина Леонидовна

Д.э.н., доцент кафедры

"Макроэкономическое регулирование"

Финансового университета при Правительстве РФ

Воронцова Юлия Олеговна

Студент факультета

"Налоги и налогообложение"

Финансового университета при Правительстве РФ

Калиненко Екатерина Михайловна

Студент факультета

"Налоги и налогообложение"

Финансового университета при Правительстве РФ

Аннотация

В статье рассматривается проблема венчурного финансирования наукоёмких и информационных технологий, основанных на развитии интеллектуальных ресурсов. Описываются инструменты и методы венчурного финансирования, производится сравнение положения дел в России и за рубежом.

Ключевые слова:

Инновационная модель, венчурное финансирование, стартап, инфраструктурный фонд.

Кардинальное изменение направлений российской экономической политики заключается в переориентировании издавна существовавшей в России сырьевой экономики в сферу наукоёмких и информационных технологий, основанных на развитии интеллектуальных ресурсов, а также эффективном использовании всех факторов производства. Стремление государства в развитии инновационной модели национальной экономики обуславливает необходимость в поиске дополнительных источников и инструментов финансирования инноваций. Совокупность накопленного опыта, знаний и финансовых ресурсов позволяют генерировать непрерывный поток нововведений, которые, с одной стороны, адекватны динамично меняющимся потребностям бизнеса, а с другой – сами формируют эти потребности. Так, одним из наиболее эффективных инструментов финансирования инновационных проектов является венчурное финансирование.

Таким образом, венчурное финансирование представляет собой долгосрочные (5–7 лет) высокорисковые инвестиции частного капитала в акционерный капитал вновь создаваемых малых высокотехнологичных перспективных компаний (или хорошо уже зарекомендовавших себя венчурных предприятий), ориентированных на

разработку и производство наукоёмких продуктов, для их развития и расширения, с целью получения прибыли от прироста стоимости вложенных средств.

Одним из структурных элементов процесса венчурного финансирования является создание венчурного капитала, под которым понимается профессиональный капитал, инвестируемый венчурным капиталистом совместно с предпринимателем для финансирования ранней стадии ("семенная", "стартап") или стадии расширения предприятия. При этом финансирование может принимать формы покупки обыкновенных акций, конвертируемых привилегированных акций или конвертируемых долговых обязательств. В обмен на принимаемый на себя относительно высокий риск венчурные капиталисты получают соразмерное вознаграждение в виде прибыли, роялти, роста стоимости акционерного капитала и в другом виде.

Практика венчурного финансирования в Российской Федерации достаточно нова в сравнении с опытом зарубежных стран. Первые венчурные фонды были образованы по инициативе Европейского Банка Реконструкции и Развития (ЕБРР) в 1994 году. В 1997 году управляющие компании 10 из 11 существовавших на тот момент в России фондов ЕБРР подписали учредительный договор

российской ассоциации венчурного инвестирования, деятельность которой направлена на становление и развитие в России рынка прямых и венчурных инвестиций и формирование необходимых условий для его развития.

В настоящее время венчурное финансирование является неотъемлемым звеном в развитии высокотехнологичных вновь создаваемых организаций, которые не полагаются на необходимые собственные средства, и, ввиду высокой степени неопределённости стартового этапа, потребности в долгосрочном финансировании и отсутствия залогового обеспечения, практически не имеют шансов получить банковский кредит.

Анализ статистических данных позволяет сделать вывод о том, что наиболее успешными годами венчурного инвестирования являются 2007, 2008 гг. Однако 2009г. год ознаменовался резким спадом на 69,3 % по сравнению с 2008г. под влиянием кризисных явлений. Но к 2011г. наметилась устойчивая тенденция роста объемов инвестиций и уже составила 89,1% от уровня 2008г., что подтверждается приведенной ниже диаграммой.

**Объем привлеченных средств
млрд.долл**

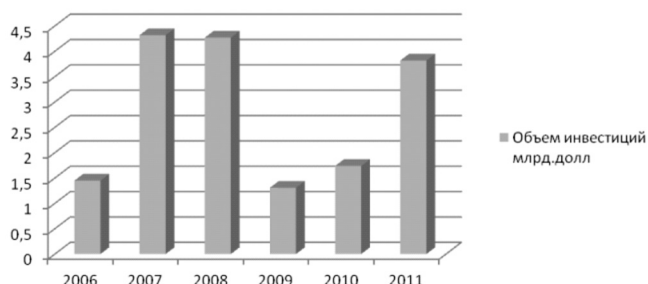


Диаграмма 1. Объем привлеченных средств

К тенденциям последних лет, нашедших практическое воплощение в 2011 году, можно отнести продолжение создания фондов, имеющих ярко выраженную специализацию. В частности, в 2011 году при государственной поддержке началось формирование крупнейшего инфраструктурного фонда (РФПИ), инвестиционная деятельность которого, вне всяких сомнений, окажет в ближайшей перспективе существенное влияние на весь сложившийся ландшафт российской индустрии прямых инвестиций. Но при устойчивом росте числа венчурных фондов число профинансированных компаний неуклонно снизилось в период кризиса на 42,5% в 2009г. по сравнению с 2008г. В 2010 г. рынок восстановился до докризисного значения. Положительная динамика продолжилась и в 2011г., так число профинансированных компаний увеличилось на 5,4% по сравнению с 2010 г. и на 12,5% по сравнению с 2008г.

Сопоставление числа действующих фондов и профинансированных компаний

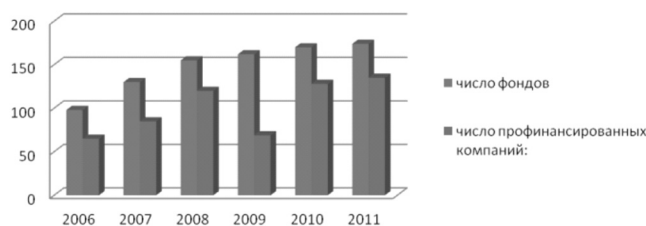


Диаграмма 2. Сопоставление числа действующих фондов и профинансированных компаний

Основным фактором, объясняющим разнонаправленность динамики развития венчурных компаний и компаний, реализующих инвестиционные проекты является снижение в кризисный период среднего размера сделки, что подтверждается **диаграммой 3**.

Средний размер сделки млн.долл

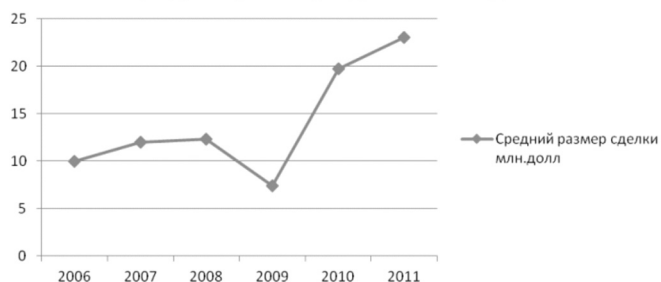


Диаграмма 3. Средний размер сделки

Возможной причиной одновременного снижения размера средней сделки и увеличения числа венчурных фондов является вполне обоснованное желание снизить риски, в виду неустойчивости экономики.

Можно констатировать, что совокупный объем зафиксированных инвестиций составил внушительную величину – примерно 3,1 млрд долл. При ранжировании интересов инвесторов, наиболее предпочтительным является потребительский сектор с результатом около 1,5 млрд долл. (примерно 50% от всего объема зафиксированных сделок) против 300 млн долл. (около 12%) зафиксированных инвестиций в 2010 году. Второе место по объемам зафиксированных венчурных инвестиций занимают информационно-коммуникационные технологии. Объем полученных инвестиций около 560 млн долл. (примерно 18% от общего объема инвестиций), что примерно в 3 раза меньше, чем объем инвестиций лидирующей отрасли потребительского рынка.

Венчурное финансирование по отраслям в 2011г.



Диаграмма 4. Венчурные инвестиции по отраслям

Венчурное финансирование по отраслям в США 2011 г.

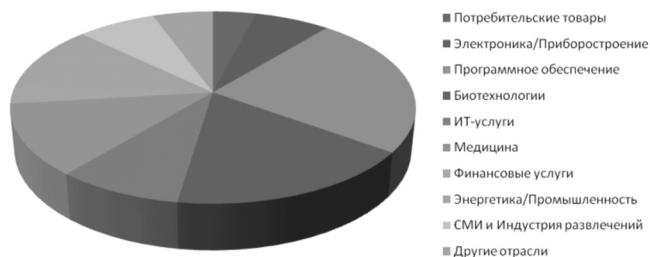


Диаграмма 5. Венчурное финансирование по отраслям в США в 2011г

Однако сравнивая венчурный бизнес США и России, можно выделить ряд специфических особенностей зарубежного венчурного финансирования.

В первую очередь, основной предпосылкой возникновения венчурного инвестирования в США является активное развитие микроэлектроники и компьютерных технологий. Эффективность данного инструмента финансирования инноваций доказана успешностью развития компаний вышеуказанных направлений (яркими примерами являются компании Microsoft, Intel, Apple).

Как видно из диаграммы 5, США присуща большая диверсификация отраслей, финансируемых венчурными фондами, что, во-первых, свидетельствует о наиболее устойчивом развитии инновационной деятельности компаний, а во-вторых, позволяет судить о равномерном развитии отраслей экономики.

Проанализировав основные тенденции венчурного финансирования в России и в США, можно сделать вывод о том, что развитие экономики невозможно без совершенствования рынка инноваций, которое в свою очередь невозможно без соответствующей поддержки со стороны государства и своевременного и достаточного финансирования со стороны инвесторов. Основные особенности рынка венчурных капиталов в России обусловлены начальной стадией его развития, а также наличием ряда сдерживающих его развитие факторов, а именно нестабильность российской экономики, что не позволяет компаниям в должной мере реализовывать свой производственно-экономический потенциал. По нашему мнению, необходимо уменьшать диспропорцию венчурного финансирования по отраслям с целью стимулирования развития инновационной деятельности с таких необходимых в современных условиях экономики отраслей, как медицина, программное обеспечение, бизнес товары и услуги и др.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мингалиев К.Н., Булава И.В., Батьковский М.А. Анализ и прогнозирование развития предприятия в условиях рынка // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 1. – стр.12–21.
2. Незамайкин В.Н. Стратегия устойчивого развития Российской Федерации// Финансы и кредит. – 2005. – № 17. – стр. 31–35.
3. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Априорная оценка последствий финансовых решений, принимаемых при планировании деятельности компании // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – Серия: Экономика и право. – 2011. – № 2. – стр. 65–68.
4. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Оценка финансового состояния корпорации // Вестник Финансового университета. – 2011. – №1. – стр. 22–28.
5. Шальнева М.С. Финансовая политика как фактор развития компании // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – М., 2013.– №1. – стр. 9–17

КОРПОРАТИВНЫЕ ФИНАНСЫ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

CORPORATE FINANCE IN THE CONSTRUCTION INDUSTRY

*I. Yurzinova
D. Kolotovskaya
O. Yushkevich*

Annotation

This article describes the features of the organization of financial activity in the construction industry, the role of state-owned corporations to carry out socially useful functions.

Keywords: public corporation, funding for the construction industry, reinvestment of profits.

Юрзинова Ирина Леонидовна

Д.э.н., доцент кафедры

"Макроэкономическое регулирование"

Финансового университета при Правительстве РФ

Колотовская Дарья Дмитриевна

Студент факультета

"Налоги и налогообложение"

Финансового университета при Правительстве РФ

Юшкевич Ольга Викторовна

Студент факультета

"Налоги и налогообложение"

Финансового университета при Правительстве РФ

Аннотация

В статье описаны особенности организации финансовой деятельности в строительной отрасли, роль государственных корпораций для осуществления общественно полезных функций.

Ключевые слова:

Государственная корпорация, финансирование строительства, реинвестирование прибыли.

Рынок строительства относится к числу важнейших отраслей социально-рыночного государства.

Безусловно, в такой крупнейшей отрасли со сложным механизмом финансирования, производственным процессом должны доминировать крупные организации, корпорации. Корпорация – это акционерное общество, где право владения представлено и ограничено долей капитала, вложенного в дело. Корпорации доминируют в американском бизнесе. Они контролируют значительные потоки капитала, имеют огромное количество работников и обеспечивают население большим ассортиментом товаров и услуг. Они оказывают огромное влияние на социальную и политическую жизнь страны. В России в настоящее время нет законодательно установленного понятия корпорация.

Существует законодательно закреплённый термин государственная корпорация, определенный в статье 7.1 Федерального закона "О некоммерческих организациях" от 12.01.1996 №7-ФЗ, который предполагает их создание для осуществления социальных, управленческих и иных общественно полезных функций. Несмотря на то, что экономика России носит рыночный характер, некоторые сферы деятельности должны регулироваться именно такими организационно правовыми формами, как это распространено, например, в США, Японии, Германии, Канаде и других развитых и развивающихся странах.

Корпорации используют финансовые ресурсы для реализации различных программ, инвестиционно-строительных проектов развития, включая общественно-необходимые программы в секторах экономики, которые нуждаются в этом [5].

Руководитель фракции "Справедливая Россия" Сергей Миронов достаточно точно выделил необходимость государственных корпораций в экономике России: "С моей точки зрения, лучше стратегически важные направления держать в одних руках, а не разбрасывать по кусочкам, чтобы потом не знать, где их собирать. Кроме того, доход от деятельности госкорпораций гарантированно будет направляться на решение социальных проблем в стране".

Поэтому, строительство должно регулироваться именно такой организационно-правовой формой как корпорации.

Как было замечено ранее, финансирование строительства представляет собой сложный механизм. В чем же сложность и что включают в себя корпоративные финансы в строительстве?

Общая картина финансирования большинства корпораций выглядит следующим образом: большая часть денежных средств, необходимых для дальнейшего развития

корпорации исходит из нераспределенной прибыли, которые управляющие данной компании направляют на реинвестирование, также определенная часть, необходимых доходов поступает от продажи новых акций корпорации и поступления из фонда, образованного за счет амортизации. Что касается нераспределенной прибыли, то здесь понимаются те денежные средства, которые не выплачиваются в форме дивидендов. Такое реинвестирование помогает получить чистую приведенную стоимость, поскольку она обеспечивает повышение в дальнейшем цены акций компаний, что соответственно на руку акционерам. Так, корпорации финансируются исходя из внутренних источников. Но, как всем известно, используют и внешние источники, то есть заимствования. Тут очень важно придерживаться определенного уровня долговой нагрузки компании. Безусловно, излишняя осторожность тоже не всегда идет на пользу, поскольку менеджера зачастую могут отвергнуть рискованный, но стоящий проект из-за необходимости в дальнейшем выпуска новых акций, что зачастую неодобрительно воспринимается акционерами и инвесторами. Ведь у большого риска всегда большой доход, но тут уже не угадаешь, поэтому хороший финансовый менеджер на пару с аналитиком должны определить, какой уровень долговых обязательств будет наиболее выгодным для корпорации [7].

Процесс строительства состоит, как правило, из нескольких этапов: геологоразведочные работы, разработка и утверждение сметы строительства; осуществление строительных и монтажных работ. Все эти этапы выполняются специализированными организациями.

Очевидно, финансирование строительства включает в себя финансы нескольких источников:

- ◆ Инвестора (лица, вкладывающего собственные или заёмные средства в строительство) [2];
- ◆ Застройщика (лица, обеспечивающего строительство на принадлежащем ему земельном участке) [1];
- ◆ Заказчика (уполномоченные инвесторами лица, которые осуществляют реализацию инвестиционных проектов. Заказчиками могут быть сами инвесторы);
- ◆ Подрядчика (лица, которое выполняет работы по договору подряда (непосредственные исполнители), либо посредники, которые заключают договоры субподряда с исполнителями-субподрядчиками).
- ◆ Государства (в лице органов государственной власти и местного самоуправления является специфическим субъектом строительной деятельности. Оно определяет градостроительную и жилищную политику, осуществляет правовое (в том числе техническое) регули-

рование, а также государственный строительный надзор. Также государство может быть как заказчиком, так и инвестором).

Финансы инвестора представляют собой совокупность средств, предназначенных для финансирования затрат во вновь создаваемые, реконструируемые, обновляемые и модернизируемые основные фонды и для надевания вновь создаваемых и расширяемых производств оборотными средствами.

Источниками их формирования являются:

- ◆ амортизационный фонд;
- ◆ часть прибыли от основной деятельности;
- ◆ долгосрочные кредиты банка;
- ◆ ассигнования из бюджета;
- ◆ налоговый инвестиционный кредит и др.

Особенности финансов подрядчика состоят в следующем:

- ◆ неравномерности поступления выручки – основного источника собственных средств подрядчика, связанной с продолжительностью строительства объекта;
- ◆ неравномерности потребности в оборотных средствах, связанной с различиями в материалоемкости и трудоемкости работ на различных этапах строительства;
- ◆ влияния сметной стоимости – основы ценообразования в строительстве и порядка оплаты труда на формирование прибыли.

В целом, в процессе корпоративного финансирования, используется опыт деятельности американских корпораций, поскольку возможности руководствоваться опытом России в данной сфере не представляется, в нашей стране насчитывается очень небольшое число корпораций, а особенно в сфере строительства.

Если говорить о финансировании российских корпораций в сфере строительства, то здесь можно привести пример государственной строительной корпорации "Олимпстрой", которая занимается строительством объектов для олимпийских игр в Сочи.

Соответственно, данная компания финансируется государством, следовательно корпорация направляет квартальные и годовые отчеты Президенту и Правительству РФ [6].

Правительство РФ назначает на должность и освобождает от должности председателя, членов наблюдательного совета и президента корпорации.

Количественный и персональный состав наблюдательного совета Корпорации определяется Правительством Российской Федерации. То есть корпорация полностью находится под контролем государства и функции финансового менеджера также отличаются. Некоторыми из них являются: отбор инвесторов, отбор оценщиков для изымаемых участков земли, координация использования иностранной рабочей силы, открытие вкладов в российских банках, создание филиалов и представительств, учреждение юридических лиц в России, участие в капитале хозяйственных обществ, получение федеральных земельных участков в безвозмездное срочное пользование.

В "Олимпстрой", предусматривается инвестирование, в частности в гостиницы, инвесторы смогут рассчитывать на все преимущества свободной экономической зоны. Сегодня они ограничены только сроками ввода в эксплуатацию, количеством звезд гостиниц и числом номеров. Естественно, что в государственной корпорации, у инвесторов существует больше гарантий и уверенности в проекте, в том что, вложенные деньги в будущем окупят себя. В данной ситуации немного облегчается задача

финансового менеджера по привлечению инвесторов.

В целом, корпоративное финансирование строительства является одним из важнейших показателей, определяющих развитие корпораций. Огромную роль в финансировании строительной корпорации играют финансовые институты, такие как банки, которые осуществляют внешнее финансирование, путем предоставления ссуд и выдачи займов, что является характерным для строительной отрасли.

Также отличительной чертой корпоративного финансирования строительства является важность наличия инвестиций в строительные проекты. В данном аспекте можно отметить российскую строительную отрасль, в частности, Москву и Московскую область, где сосредоточен большой объем инвестиций в строительство. Ни для кого не секрет, что здесь конечная стоимость строительных объектов в значительной степени превышает сумму затрат на осуществление строительных проектов. Безусловно, это очень выгодно не только для инвесторов, но и, в целом, для развития корпораций и строительной отрасли в стране.

ЛИТЕРАТУРА

1. Градостроительный кодекс Российской Федерации;
2. Федеральный Закон от 25.02.1999 № 39-ФЗ "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений";
3. Федеральный Закон от 24.07.2008 № 161-ФЗ "О содействии развитию жилищного строительства";
4. Федеральный Закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ "О техническом регулировании";
5. Федеральный Закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ "О некоммерческих организациях";
6. Федеральный Закон от 30.10.2007 N 238-ФЗ "О Государственной корпорации по строительству олимпийских объектов и развитию города Сочи как горноклиматического курорта";
7. Брейли Р., Майерс С. "Принципы корпоративных финансов", перевод с английского, научное редактирование Барышниковой Н.Н., М: ЗАО "Олимп Бизнес", 2008 г.;
8. Незамайкин В.Н. Стратегия устойчивого развития Российской Федерации // Финансы и кредит. – 2005. – № 17. – стр. 31–35.
9. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Априорная оценка последствий финансовых решений, принимаемых при планировании деятельности компании // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – Серия: Экономика и право. – 2011. – № 2. – стр. 65–68.
10. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Оценка финансового состояния корпорации // Вестник Финансового университета. – 2011. – №1. – стр. 22–28.

© И.Л. Юрзинова, Д.Д. Колотовская, О.В. Юшкевич, (YurzinovaL@rambler.ru),
Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



НАЛОГИ С КОРПОРАЦИЙ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН (НА ПРИМЕРЕ США И ГЕРМАНИИ)

CORPORATE TAXATION IN THE UNITED STATES AND GERMANY

*I. Yurzinova
G. Ikhsanova
V. Matveeva*

Annotation

The article discusses the features of the corporate taxation in USA and Germany. The authors show the main similarities and differences in taxation of these countries in according the Russian practice.

Keywords: corporate taxation, rates and discounts on taxes, double taxation, direct and indirect taxes.

Юрзинова Ирина Леонидовна

Д.э.н., доцент кафедры

"Макроэкономическое регулирование"

Финансового университета при Правительстве РФ

Ихсанова Гузель Винеровна

Студент факультета

"Налоги и налогообложение"

Финансового университета при Правительстве РФ

Матвеева Валерия Сергеевна

Студент факультета

"Налоги и налогообложение"

Финансового университета при Правительстве РФ

Аннотация

В статье рассматриваются особенности корпоративного налогообложения в наиболее развитых странах. Выделены основные сходства и отличия налогообложения в этих странах с Российской практикой.

Ключевые слова:

Режим консолидированного налогообложения, консолидированная группа налогоплательщиков, специальные режимы налогообложения, внутрихолдинговые отношения, оптимизация налогообложения прибыли.

Налоги являются неотъемлемой частью любого государства. Налоги обеспечивают около 50 – 80 % бюджетных доходов страны. Именно поэтому они рассматриваются правительством как главное средство воздействия государства на развитие экономики. Один из авторов Декларации независимости США Б. Франклин (1706–1790) сказал: "В жизни нет ничего неизбежного, кроме смерти и налогов". В свою очередь основной принцип немецкого налогообложения звучит так: "налоги должны соответствовать величине услуг оказываемых государством".

Рассмотрим подробнее налогообложение корпораций в США и Германии.

Наиболее широко распространенной и универсальной формой бизнеса как в США, так и в Германии является корпорация (Corporation), но понятие "корпорация" в этих странах не тождественны.

Американские корпорации – это юридические лица, владельцы акций которых несут ограниченную материальную ответственность, могут сохранять полную анонимность, совершая финансовые сделки со своими ценными бумагами. Все корпорации в США делятся на закрытые, открытые и S – корпорации. Закрытые корпорации больше всего подходят для физических лиц, где вла-

дельцами будут небольшая группа людей. В открытых корпорациях держателями акций становятся более тридцати человек. Для S-корпораций характерны такие условия, как корпорация должна быть американской, выпускать акции только одного типа, не может иметь более 35 акционеров и акционерами должны быть, как правило, частные лица и обязательно резидентами США. Корпорация обязана встать на учет в Службу Внутренних Доходов (Internal Revenue Service) – федеральную налоговую службу [5].

В Германии под термином "корпорация" понимается чаще юридическое лицо, которое представляет собой объединение с отчетливо выраженной самостоятельностью по отношению к своим участникам. Корпорациями в чистом виде являются акционерные общества и общества с ограниченной ответственностью, их правовой статус определяется специальными законами – Законом об акционерных обществах 1965 г. и Законом об обществах с ограниченной ответственностью 1892 г., несмотря на это, единого понимания корпорации в Германии нет. Некоторые немецкие исследователи к корпорациям относят ферейн (Verein), который регулируется Германским гражданским уложением 1896 г. Ферейн – это союз (общество, объединение, корпорация) лиц, образованный на длительный срок для осуществления общей цели. Эти союзы могут быть либо хозяйственными (преследующими

цели извлечения прибыли), либо нехозяйственными (последующими культурные, научные и подобные им цели). Вместе с тем в немецкой литературе многие авторы пишут о раздробленности регулирования этой формы юридического лица и об отсутствии единого подхода в его понимании [1].

Таким образом, мы можем увидеть различное понимание корпорации в странах континентального и англосаксонского права.

Основными налогами, взимаемыми с корпораций являются:

1. Корпорационный налог (налог на доходы с корпораций);
2. Налог с продаж (НДС);
3. Налоги на имущество;
4. Акцизы;
5. и другие.

В США и Германии налоги могут взиматься, как на федеральном уровне, так и на уровне местных органов власти, такое существует и в России. В отличие от налоговой системы России в законодательные органы штатов (общин) США (Германии) могут вводить в действие налоги, не противоречащие федеральному налоговому законодательству.

Проведем сравнительную характеристику налогов, уплачиваемых корпорациями в США и в Германии.

1. Налоги на прибыль.

Корпорационный налог в США или налог с прибыли корпораций взимается на федеральном уровне и на уровне штатов. Федеральное налогообложение прибылей корпораций в США определяется Разделом 11 Кодекса внутренних доходов. Объектом обложения является чистая прибыль, включающая валовую выручку от реализации товаров и услуг, дивиденды, поступления рентных платежей, доход от реализации на рынке ценных бумаг, все иные доходы за исключением разрешенных законом вычетов (скидок).

Скидки делятся на обычные (зарплата; налоги, уплаченные штатам и местным органам власти; налог на социальное обеспечение; рентные платежи; расходы на ремонт и амортизацию; расходы на проведение НИОКР; расходы на рекламу и др.) и специальные (чистые операционные убытки; 85–100% от суммы полученных дивидендов).

Ставка по налогу начинаются с 15% приходя к средней величине 35% и зависит от размера полученной прибыли [6]. На уровне штатов корпорационный налог взимается почти всеми штатами США (кроме Невады, Южной Дакоты, Техаса, штата Вашингтон и Вайоминга), а в некоторых случаях – муниципалитетами. Хотя правила расчета налоговой базы варьируются от штата к штату, обычно корпорационным налогом облагается сумма со-

вокупной прибыли корпорации, полученной на территории соответствующего штата. Также варьируется и ставка налога, так, например, во Флориде она составляет 5,5%, в Луизиане – 8%. Необходимо отметить, что размер корпорационного налога, подлежащего уплате на уровне штата, вычитается из налоговой базы по федеральному корпорационному налогу. Таким образом, предотвращается двойное вертикальное налогообложение корпорационным налогом.

В Германии налог с корпораций уплачивают юридические лица (акционерные общества, различные товарищества, а также государственные организации, в том случае если они занимаются частной хозяйственной деятельностью). Объектом налогообложения является прибыль, полученная вышеуказанными налогоплательщиками в течение календарного года. При формировании объекта налогообложения широко используется ускоренная амортизация. Проценты по ссудам не облагаются налогом. В отношении налога с корпораций существует ограниченная и неограниченная налоговая повинность. Неограниченная налоговая повинность распространяется на все доходы тех юридических лиц, дирекция которых или местонахождение располагается на территории ФРГ (юридическое лицо является налоговым резидентом ФРГ). Ограниченную налоговую повинность несут те юридические лица, которые получают доходы в ФРГ, но постоянное представительство имеют за ее пределами.

Базовая ставка налога с корпораций составляет 15% (она была уменьшена с 25% в 2007 г.) и дополнительно с надбавкой на солидарность 5,5% от корпоративного налога составляет 15,825%. Налог на солидарность обусловлен непредвиденными финансовыми трудностями, произошедшими в результате объединения Германии. Его основная цель – поддержка менее развитых регионов страны. В том случае, если прибыль корпораций не распределяется, используется ставка в 29–31%. Таким образом, стимулируется распределение прибыли корпораций.

Проблема двойного налогообложения, возникающая повсеместно при включении дивидендов, выплачиваемых акционерам из чистого дохода корпораций в облагаемый личный доход физического лица, решена в Германии посредством зачета суммы налога, уплаченного корпорацией при формировании налогооблагаемой базы у акционеров по подоходному налогу.

Налог на корпорации делится в пропорции 50% на 50% между федеральным и земельными бюджетами.

Наряду с корпоративным налогом компании в Германии могут быть плательщиками промыслового налога (налога на хозяйственную деятельность). Промысловым налогом – это один из основных местных налогов – облагаются предприятия, товарищества, физические лица, занимающиеся промышленной, торговой и другими видами деятельности. Базой для исчисления налога служат прибыль от занятия промыслом и капитал компании. Налоговая ставка определяется муниципальными органами и составляет, как правило, от 14% до 18%, в зависимости

ти от общины, например Берлине – 14,35%, Гамбург – 16,45% [7].

При этом необлагаемый минимум составляет 36 тыс. марок дохода и 120 тыс. марок капитала [8]. Причем следует отметить, что вопрос о взимании промыслового налога дискутируется в Германии уже в течение многих лет. Критике подвергается прежде всего то обстоятельство, что обложению подлежит имущественная часть предприятия. Это частично означает налогообложение вне зависимости от получаемой прибыли и ведет к тому, что предприятие, которое несет убытки, должно отчислять налоги в местный бюджет.

Таким образом, механизм исчисления и взимания налогов с прибыли в данных странах, по сути, аналогичны, причем он схож с механизмом в Российской Федерации. Отличительной чертой является то, что в России установлен один налог на прибыль организаций, и местные органы власти не могут устанавливать свои налоги. А в США и Германии существует федеральный налог на прибыль корпораций, а также аналогичный налог на местном уровне.

2. Налоги с оборота.

В США налог на добавленную стоимость не уплачивается, а уплачивается налог с продаж. Данный налог взимается на уровне штата. Ставки налога с продаж варьируются от 4 до 9%, в зависимости от штата или муниципалитета, где совершена соответствующая сделка. Например, в Алабаме ставка составляет 4%, в Калифорнии – 7,25% [9].

В Германии в настоящее время взимается Налог на добавленную стоимость (ранее использовался налог с продаж). Им в принципе облагается любая услуга, которую предприниматель осуществляет за плату в процессе своей предпринимательской деятельности. Причем освобожден от налогообложения: оборот от продажи товаров, вывезенных за пределы Германии в страны Европейского сообщества; оборот от продажи товаров, вывезенных за пределы Европейского сообщества; сдача в аренду земельных участков и жилых помещений и т.д. Применяется инвойсный метод взимания НДС (используются налоговые вычеты).

Согласно Закону о НДС в Германии действуют две налоговые ставки: общая налоговая ставка, составляющая 19% и пониженная – 7%. Пониженная налоговая ставка применяется главным образом при поставках, ввозе большинства продуктовых товаров (за исключением напитков) и в сфере деятельности заведений общественного питания. НДС не взимается, например, с экспортных поставок и давальческой обработки предметов, предназначенных для экспорта, с поставок в рамках ЕС, с предоставления кредита, передачи в аренду и аренды земель, с оборотов в медицинской и социальной сферах [7].

Из выше изложенного можно сделать вывод о том, что налогообложение оборота в Германии схожа с российской практикой: применяется инвойсный метод, исполь-

зуются примерно аналогичные ставки (в РФ – 18%) и предусмотрены пониженные ставки для социально важных товаров и услуг.

3. Налоги на потребление (акцизы).

В США акцизы взимаются на федеральном уровне и на уровне штатов. Но при этом федеральные акцизы занимают лишь небольшое место в бюджете, большая доля поступлений принадлежит акцизам, взимаемым на уровне штата. Акциз – косвенный налог. Ставки выражаются либо в твердой сумме, либо в форме процента к цене товаров или услуг: а) в долларах и центах: на пиво; спиртные напитки; сигареты; моторное топливо; б) в форме процента: на телефонные услуги; пассажирские авиаперевозки; нефть. Средства полученные от акцизов на бензин, используется для финансирования строительства и эксплуатации шоссе дорог. Также облагаются телефонные и пассажирские услуги.

Акцизы в Германии делятся на три подгруппы: налог на продовольственные товары (налоги на сахар, соль), налоги на продукты наслаждения (табак, кофе, пиво), другие налоги на потребление (например, налоги на нефтепродукты). Они все, исключая налоги на нефтепродукты, достаточно небольшие. Сырая нефть, как и нефтепродукты, которые используются для переработки, налогом на нефтепродукты не облагаются. Налоги на потребление в основном направляются в федеральный бюджет, кроме налога на пиво, идущего в бюджеты земель. Ставки федеральных акцизов следующие: бензин – 0.50–0.57 Евро на литр в зависимости от содержания в нём свинца; мазут для отопления – 6.7 цента на 1 кг; табачные изделия – 9.3 цента на 1 сигарету; кофе – 3.1 Евро на 1 кг; крепкие спиртные напитки – 160 Евро на 100 литров; шампанское – 1.4 Евро на 0.75 литра; на страховые сделки – 12% со страхового полиса [10].

Как мы можем увидеть в отличие от налоговой системы России акцизами в Германии и США наряду с определенными товарами облагаются и некоторые услуги. Но что касается ставок, то в США применяются как процентные, так и твердые ставки, а в Германии (аналогично в России) только твердые.

4. Налог на имущество.

Данный вид налогов в США взимается местными муниципалитетами и штатами. Объектом налогообложения считается фракционная оценка текущей стоимости недвижимого имущества корпораций. Фактически это означает установление к оценочной стоимости специального коэффициента, отслеживающего индекс потребительских цен в США. Помимо этого существуют определенные особенности оценивания налогооблагаемой стоимости имущества, в зависимости от штата. Например, закон штата Нью-Йорк, регулирующий налоги на недвижимость, требует проведения оценки имущества по истинной стоимости (fullvalue, truevalue) [11].

Среди имущественных налогов Германии выделяют следующие: налог на имущество, земельный налог, налог на приобретение земельного участка, налог на недвижимость, налог на автомобили и т.д. Налоговая база налога на имущество определяется как стоимость совокупного имущества минус налоговые вычеты и минус необлагаемый минимум. В качестве вычетов выступают долги и обязательства, а также льготы. И ставка для корпораций составляет 0,6% от налоговой базы. Для юридических лиц – необлагаемый налогом минимум 20 тыс. Евро [12]. Льготы в виде сниженной ставки есть лишь для имущества в сельском и лесном хозяйстве. Переоценка имущества проводится каждые 3 года.

Размер земельного налога зависит от типа земельного участка: тип А: участки в сельском или лесном хозяйстве, тип В: застроенные и незастроенные участки земли. Налоговой базой выступает условная стоимость земельного участка, которая рассчитывается финансовым отделением (как правило много ниже покупной цены). Процентная ставка составляет до 1,2%, но, как правило, находится в пределе от 0,26 до 0,35%. Ставку земельного налога устанавливает община, так например, в Берлине она составляет 0,81% (тип В), а в Гамбурге 0,54% (тип В) [7].

Налог на приобретение имущества (недвижимости, автомобиля, земельного участка) взимается при переходе объекта от одного владельца к другому. Налоговая база равна покупной цене. И ставка устанавливается в процентах от этой стоимости.

Таким образом, можно сделать выводы, что налогообложение в США и Германии имеют свои определенные специфики в налоговом законодательстве. Так в США и

Германии нет деления на федеральные, региональные, местные налоги, как в российском законодательстве. При этом штаты (общинные земли) обладают правом на установление на своей территории любых налогов и это право ограничено лишь обязанностью соблюдать конституционные принципы налогообложения страны. В США не существует налога с добавленной стоимости, но зато корпорации уплачивают налог с продаж. В Германии был осуществлен переход с налога с продаж, но налог с добавленной стоимости. Налог на прибыль с корпораций имеет прогрессивную шкалу в США, т.е чем больше прибыли получает корпорация, тем выше ставка применяется для данной компании. Но здесь также нужно учесть, что хотя и существует прогрессивная шкала, существует достаточно большое количество льгот для корпораций. Например, компания "Дженерал Электрик" опубликовала данные о прибыли, полученной по итогам 2010 г. по всему миру, – она составила 14,2 млрд. долларов США, при этом 5,1 млрд. долларов от общей суммы принесла компании ее деятельность в Соединенных Штатах. Сколько же налогов заплатила компания в Америке? Нисколько. "Дженерал Электрик" подала заявление на получение налоговых льгот в размере 3,2 млрд. долларов США. Данный факт, говорит о наличии налоговых льгот при налогообложении прибыли, конечно же, достаточно четкой, верной, продуманной стратегии налогового отдела данной корпорации. В Германии присутствует плоская шкала, которая не предусматривает увеличение ставки при увеличении дохода, но при этом если прибыль корпорации не распределяется, то вместо ставки 15% применяется повышенная ставка (от 29%–31%)

Также налоговая система США и Германии больше ориентированы на прямые налоги, причем в Германии очень разветвленная система налогов с имущества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Василевская Л.Ю. Учение о вещных сделках по германскому праву. М., 2004. С. 107
2. Незамайкин В.Н. Роль и место налогового анализа в общей системе управления народным хозяйством // Экономический анализ: теория и практика. – 2002. – №2. – стр. 22–24.
3. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Налоговая политика: состояние и перспективы // Финансы. – 2009. – №12. – стр. 35–40.
4. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Оценка финансового состояния корпорации // Вестник Финансового университета. – 2011. – №1. – стр. 22–28.
5. Real Estate Tax (англо-русский словарь финансовых терминов)
6. <http://www.iac-a.ru> (Международная консалтинговая компания International Accounting & Consulting Advisors)
7. <http://www.berlin-realestate.ru/node/69>
8. <http://dit.perm.ru/articles/nalog/data/032207.htm>
9. <http://bizblog.rusrek.com>
10. <http://www.asvtn.ru/18.shtml>
11. <http://www.bibliotekar.ru>
12. <http://www.justreal.ru/countries/Germany/nalogi/>

КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ГРУППА НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКОВ: АНАЛИЗ ВОЗМОЖНЫХ ДОСТОИНСТВ И НЕДОСТАТКОВ

CONSOLIDATED GROUP OF TAXPAYERS: ANALYSIS OF POSSIBLE ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

*I. Yurzinova
L. Korotenkova
E. Mukhina
A. Ulitina*

Annotation

This article analyzes one of the last major legal innovations in the field of taxation. The authors discuss the conditions of formation, and the advantages and disadvantages of establishing a consolidated group of taxpayers.

Keywords: consolidated tax regime, the consolidated group of taxpayers, special tax regimes, intercompany relationships, optimize profits tax.

Юрзинова Ирина Леонидовна

Д.э.н., доцент кафедры

"Макроэкономическое регулирование"

Финансового университета при Правительстве РФ

Коротенкова Любовь Васильевна

Студент факультета

"Налоги и налогообложение"

Финансового университета при Правительстве РФ

Мухина Елена Юрьевна

Студент факультета

"Налоги и налогообложение"

Финансового университета при Правительстве РФ

Улитина Анастасия Владимировна

Студент факультета

"Налоги и налогообложение"

Финансового университета при Правительстве РФ

Аннотация

В статье анализируется одна из последних крупных правовых новаций в области налогообложения. Рассматриваются условия формирования, а также преимущества и недостатки создания консолидированной группы налогоплательщиков.

Ключевые слова:

Режим консолидированного налогообложения, консолидированная группа налогоплательщиков, специальные режимы налогообложения, внутрихолдинговые отношения, оптимизация налогообложения прибыли.

На современном этапе развития налогообложения организаций, чья деятельность связана между собой тем или иным образом, все чаще применяется режим консолидированного налогообложения, в рамках которого для целей налогообложения учитывается не только сам факт наличия особых связей между организациями, но и качество, экономическое и юридическое содержание такой взаимосвязи, а также ее степень.

В Российской Федерации Федеральным законом от 16 ноября 2011 года N 321-ФЗ с 2012 года введен институт консолидации налогоплательщиков, в связи с чем в налоговом кодексе появилась новая глава – "Консолидированная группа налогоплательщиков". Консолидированная группа налогоплательщиков создается добровольно на основе договора о создании группы, не менее чем на два года для целей совместной уплаты членами группы налога на прибыль с их совокупного финансового результата. В группе назначается ответственный налогоплательщик, на которого возлагается обязанность по исчислению и уплате налога на прибыль для всей группы. Он

же рассчитывает консолидированную налоговую базу на основе налоговых регистров каждого члена консолидированной группы. Получается, что консолидированным налогоплательщикам не нужно составлять налоговых деклараций, но налоговый учет они вести должны.

Рассмотрим условия формирования консолидированной группы налогоплательщиков (КГН):

- ◆ участниками могут быть только российские организации;
- ◆ один из участников непосредственно и (или) косвенно участвует в уставном (складочном) капитале других организаций, и доля такого участия в каждой организации составляет не менее 90%. Указанное условие должно соблюдаться в течение всего срока действия договора о создании консолидированной группы налогоплательщиков;
- ◆ совокупная сумма НДС, акцизов, налога на при-

быль организаций и НДСПИ, уплаченная в течение календарного года, предшествующего году, в котором представляются в налоговый орган документы для регистрации договора о создании консолидированной группы налогоплательщиков, без учета сумм налогов, уплаченных в связи с перемещением товаров через таможенную границу Таможенного союза, составляет не менее 10 млрд. руб.;

- ◆ суммарный объем выручки от продажи товаров, продукции, выполнения работ и оказания услуг, а также от прочих доходов по данным бухгалтерской отчетности за календарный год, предшествующий году, в котором представляются в налоговый орган документы для регистрации договора о создании консолидированной группы налогоплательщиков, составляет не менее 100 млрд. руб.;

- ◆ совокупная стоимость активов по данным бухгалтерской отчетности на 31 декабря календарного года, предшествующего году, в котором представляются в налоговый орган документы для регистрации договора о создании консолидированной группы налогоплательщиков, составляет не менее 300 млрд. руб.

Также нужно обратить внимание на то, что налогоплательщики, применяющие специальные режимы налогообложения, резиденты особых экономических зон, участники другой КГН не могут быть участниками консолидированной группы налогоплательщиков.

Теперь остановимся на плюсах и минусах создания консолидированной группы налогоплательщиков.

С 1 января 2012 г. налоговый орган вправе проверять цены только по контролируемым сделкам. К таким сделкам относятся сделки между взаимозависимыми лицами, сделки в области внешней торговли товарами мировой биржевой торговли и сделки, одной из сторон которых является лицо, зарегистрированное в оффшорах. Но есть исключения, когда сделки при соблюдении условий относятся к контролируемым, не признаются таковыми. Это сделки, заключенные между участниками одной КГН. Они не признаются контролируемыми, поэтому налоговый орган не может проверить соответствие примененных в сделке цен рыночным ценам.

Положительным моментом является то, что налоговый учет ведет ответственный участник, который исчисляет, уплачивает налог на прибыль по группе и представляет налоговые декларации на основании всех доходов и расходов участников. Остальные участники КГН ведут налоговый учет в соответствии со ст. 313 НК РФ и освобождены от обязанностей, связанных с исчислением и уплатой налога и представлением деклараций. Также у участников КГН появилась возможность при исчислении налога на прибыль организаций суммировать прибыли и убытки различных участников этой группы, при этом не

учитывать финансовый результат (прибыль или убыток) от проведения хозяйственных операций между ними.

Одним из минусов является то, что если ответственный участник КГН не уплатит налог, то инспекция вправе взыскать его за счет денежных средств всех участников КГН. В первую очередь взыскание производится за счет наличных денежных средств ответственного участника КГН и его денежных средств в банках, на которые не было обращено взыскание. Если у него недостаточно средств, то взыскание производится за счет наличных денежных средств других участников КГН и их денежных средств в банках. Далее недоимка взыскивается за счет иного имущества ответственного участника КГН. И в последнюю очередь взыскание обращается на иное имущество других участников КГН.

Отрицательным моментом является также то, что приостановление операций по счетам может коснуться всех участников КГН. Для обеспечения исполнения решения о взыскании недоимки операции по счетам сначала будут приостановлены операции по счетам ответственного участника КГН, а затем будут заблокированы счета и остальных участников в том порядке, который определит налоговый орган. Также счета всех участников могут быть заблокированы одновременно, если решение о приостановлении операций принято за непредставление декларации по налогу на прибыль.

Большим минусом является и то, что срок выездных налоговых проверок увеличивается на число месяцев, равное числу участников группы, за исключением ответственного участника. Следовательно, общий срок проверки может достигать одного года.

Теперь остановимся на применении режима консолидированного налогообложения в зарубежных странах.

Данный режим принят во Франции, США, Новой Зеландии, Австралии и имеет ряд отличительных особенностей:

- ◆ налоговые преференции, полученные одной компанией группы, могут быть использованы другими компаниями данной группы;

- ◆ убытки одной компании, входящей в группу, уменьшают доходы других компаний, входящих в группу;

- ◆ не облагаются налогами дивиденды, выплаченные одной компанией, входящей в группу, другой компании из этой же группы;

- ◆ имущество может перемещаться между компаниями, входящими в одну группу, без взимания налогов на какую-либо полученную выгоду.

В законодательстве Великобритании не используется понятие "налоговая консолидация", а введен принцип "групповой налоговой льготы". Этот принцип является аналогом консолидированной группы налогоплательщиков. Попасть под данный принцип имеют право фактически все компании, вне зависимости, являются ли они резидентами Великобритании или нет. Однако есть исключения. Так, компании газового и нефтяного комплекса не могут получить данную льготу к доходам, полученным от газовой и нефтяной добычи, а компании по страхованию жизни могут применить групповую налоговую льготу только к доходам, облагаемым по основной акционерной ставке.

В Испании членами консолидированных групп налогоплательщиков могут быть компании – резиденты Испании с долей участия головной компании, составляющей более 75%.

В Германии головными компаниями – членами консолидированной группы налогоплательщиков – могут быть организации, зарегистрированные в соответствии с законодательством страны, а также иностранные организации и партнерства, ведущие бизнес на территории Германии и облагаемые налогом на прибыль в соответствии с законодательством Германии. Дочерними же компаниями группы обязательно должны быть компании – резиденты Германии. Доля участия головной компании в дочерних должна быть не менее 50%. При этом в расчет принимается доля косвенного участия через компании – нечлены группы при условии, что доля участия такой "промежуточной" компании в дочерней компании, включенной в консолидированную группу, составляет не менее 50%.

Во Франции членами группы могут быть компании – резиденты Франции. Головной компанией группы также может быть постоянное представительство иностранной компании, прибыль от деятельности которого облагается налогом на прибыль во Франции. Степень участия головной компании в дочернем обществе должна составлять не менее 95%.

Таким образом, удовлетворяющим критерием участия головной компании в дочерних обществах является доля участия, составляющая 75 – 80%. Исключением являются законодательные нормы Франции и Германии, а также Россия с планкой в 90%, которая значительно ограничивает круг возможных участников консолидированной группы налогоплательщиков.

К настоящему моменту в Российской Федерации создано 11 групп налогоплательщиков, куда вошли около 200 организаций. На них приходится 30% суммы налога на прибыль, поступающего в бюджет. В основном, это крупные холдинги нефтегазовой и металлургической отраслей. К ним относят такие организации, как ОАО "Газ-

пром", ОАО "Лукойл", ОАО "Связьинвест", ОАО "Северо-западный Телеком" и другие.

Таким образом, из-за создания КГН поступления налога на прибыль снизились в 24 регионах РФ. По расчетам Федеральной налоговой службы, имеющихся в распоряжении издания, за 9 месяцев 2012 года бюджеты регионов потеряли из-за этого 48 млрд. рублей. Из 48 млрд. руб. сокращения поступлений у 24 других регионов, 33 млрд. руб. пришлось на Москву. С большим отрывом от Москвы в списке потерявших от создания КГН находятся Нижегородская область (3,87 млрд.), Пермский край – (3,13 млрд.), Волгоградская (2,59 млрд.) и Белгородская (1,93 млрд.) области. Потери остальных регионов не превышают 1 млрд. руб [4].

В заключении отметим, что широкая распространенность вертикально-интегрированных холдинговых структур в российском бизнесе требует особого подхода в регулировании налоговых отношений участников холдинга. Данные участники имеют ряд особенностей в своих взаимоотношениях. Очевидно, что эти особенности предопределяют повышенный интерес к со стороны налоговых органов, которые могут усмотреть в особых отношениях механизм уклонения от уплаты налогов.

Васильев Юрий Викторович, Председатель Комитета Госдумы по бюджету и налогам написал Заключение на проект федерального закона № 392729-5 "О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации в связи с созданием консолидированной группы налогоплательщиков".

В данном Заключении он привел различные выводы и предложения по доработке законопроекта, ввиду того, что законопроект содержит большое количество пробелов, касающихся некоторых положений. Таким образом, необходимо акцентировать внимание на основных выводах, которые были приведены Васильевым:

Во-первых, предлагается дополнительно проработать вопрос "допуска" холдинговых структур к праву консолидации для целей налогообложения. Следует рассмотреть вопрос о снижении суммовых показателей финансово-хозяйственной деятельности, предопределяющих такое право.

Во-вторых, следует более четко сформулировать нормы, касающиеся правил корректировки налоговой базы участниками консолидированной группы.

В-третьих, разработать более четкий механизм определения доли налога, приходящийся к уплате на территории того или иного субъекта РФ, не ограничиваясь только лишь распределением налога пропорционально стоимости основных фондов и фонда оплаты труда.

Подводя итоги вышесказанному, обратим внимание на то, что практика уплаты налога по совокупности деятельности нескольких организаций отдельных юридических лиц нова для Российской Федерации. И как было отмечено ранее, что данный подход ориентирован на оптимизацию налогообложения прибыли налогоплательщиков. Насколько это будет выгодно Российскому бюджету (т.к. бюджет несет значительные потери в связи с данным нововведением), и как будет определена та "золотая середина", что приведет к оптимизации налогообложения

налогоплательщиков, и в то же время к отсутствию потерь государственного бюджета.

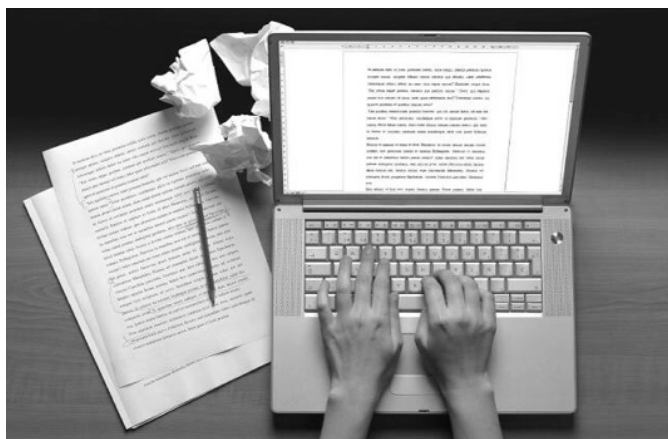
Будет ли успешен предложенный подход, покажет время. Можно предположить, что если данное нововведение будет реализовано успешно, то, возможно, предусмотренные законом требования к консолидированным группам, будут снижены, и возможность уплаты налога на прибыль по суммарным результатам работы будет доступна более широкому кругу налогоплательщиков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алтухова Е.В. Сделки между взаимозависимыми лицами. Налоговые риски: монография. М., 2011.
2. Баннова К. А. Проблемы налогообложения консолидированных групп за рубежом и в России // Проблемы учёта и финансов №3 2011
3. Булатов М.А. Законопроект о консолидированной группе налогоплательщиков: основные понятия // Налогообложение, учет и отчетность в коммерческом банке. 2009. № 6. С. 12–15.
4. Вислогуз В. Центры прибыли поплыли по стране. Регионы разделили московские налоги // Газета "Коммерсантъ", 04.12.2012. №229 (5014) – <http://www.kommersant.ru>
5. Смирнов Д.М. Актуальные проблемы налогообложения консолидированных групп за рубежом и в России // Международный бухгалтерский учет. 2010. № 5(137). С. 33–39.
6. Смирнов Д.М. Повышение эффективности налогообложения в России в связи с введением системы консолидированных налогоплательщиков // Аудит и финансовый анализ. 2009. № 5. С. 23–25.
7. Незамайкин В.Н. Роль и место налогового анализа в общей системе управления народным хозяйством // Экономический анализ: теория и практика. – 2002. – №2. – стр. 22–24.
8. Незамайкин В.Н., Юрзинова ИЛ. Налоговая политика: состояние и перспективы // Финансы. – 2009. – №12. – стр. 35–40.
9. Трапезникова Д.Ю. Налогообложение консолидированных налогоплательщиков // Российское предпринимательство. 2010. № 7(2). С. 82–87.
10. Церенов Б. В. О некоторых положениях законопроекта о консолидированной группе налогоплательщиков // Налоги и налогообложение. 2009. – № 6. – С. 37–45.
11. Чайковская Л. А. Создание консолидированного налогоплательщика: последствия и преимущества // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – 2010. – № 6. – С.72–80.

© И.Л. Юрзинова, Л.В. Коротенкова, Е.Ю. Мухина, А.В. Улитина, (Yurzinovall@rambler.ru),
Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



**Andrianov A.**

VPO "Perm State National Research University" (Marketing Department)

e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Asanova M.

Doctoral Student, PhD Karaganda Economic University Kazpotreboyyuz

e-mail : marinakz2005@mail.ru

Babakina V.

Student Financial University under the Government of the Russian Federation

e-mail : Yurzinovall@rambler.ru

Borobov V.

Doctor of Economic Sciences, Professor, Scientific and educational center of the Moscow State University of Instrument Engineering and Computer Science

e-mail : vborobov@mail.ru

Gavshina A.

VPO "Perm State Agricultural Academy named after DN Pryanishnikova "

e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Goldyrev E.

VPO "Perm State National Research University"

e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Golushko E.

Student Financial University under the Government of the Russian Federation

e-mail : Yurzinovall@rambler.ru

Gorbunova A.

Graduate student of the Financial University under the Government of the RF

e-mail : gorbunova@list.ru

Ignatieva E.

Master of the National Research University "Moscow Institute of Energy"

e-mail : ignatieva@list.ru

Ikhsanova G.

Student Financial University under the Government of the Russian Federation

e-mail : Yurzinovall@rambler.ru

Kalinenko E.

Student Financial University under the Government of the Russian Federation

e-mail : Yurzinovall@rambler.ru

Kalkabaeva G.

Ph.D., Associate Professor, Karaganda Economic University Kazpotreboyyuz

e-mail : aisanatazhbaeva@mail.ru

Kel'bakh E.

VPO "Perm State Agricultural Academy. Pryanishnikov "

e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Kolotovskaya D.

Student Financial University under the Government of the Russian Federation

e-mail : Yurzinovall@rambler.ru

Korotenkova L.

Student Financial University under the Government of the Russian Federation

e-mail : Yurzinovall@rambler.ru

НАШИ АВТОРЫ OUR AUTHORS

Kosyakova E.

VPO "Perm State National Research University"

e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Kurilo M.

VPO "Perm State National Research University"

e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Kuznetsova E.

VPO "Perm State National Research University"

e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Matveeva V.

Student Financial University under the Government of the Russian Federation

e-mail : Yurzinovall@rambler.ru

Mitryaeva L.

Student Financial University under the Government of the Russian Federation

e-mail : NezamaikinVN@rambler.ru

Mukhina E.

Student Financial University under the Government of the Russian Federation

e-mail : Yurzinovall@rambler.ru

Nakashidze T.

VPO "Perm State National Research University"

e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Nezamaikin V.

Professor, Finance University under the Government of the Russian Federation

e-mail : NezamaikinVN@rambler.ru

Novikova K.

VPO "Perm State National Research University"

e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Radosteva E.

VPO "Perm State Agricultural Academy named after DN Pryanishnikova "

e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Rostochnikov D.

Graduate student of the Financial University under the Government of the

e-mail : RFrostochnikov@list.ru

Samoylova T.

Postgraduate, Moscow Institute of Business and Law, Moscow

e-mail : seda@inbox.ru

Vorontsova Y.

Student Financial University under the Government of the Russian Federation

e-mail : Yurzinovall@rambler.ru

Yurzinova I.

Ph.D., associate professor of "macroeconomic management" Financial University

e-mail : Yurzinovall@rambler.ru

Yushkevich O.

Student Financial University under the Government of the Russian Federation

e-mail : Yurzinovall@rambler.ru

Ulitina A.

Student Financial University under the Government of the Russian Federation

e-mail : Yurzinovall@rambler.ru

Zuev K.

Master of Higher MEI Consultant SAP Group "Energie Consulting"

e-mail : zeir@yandex.ru

Требования к оформлению статей, направляемых для публикации в журнале



Для публикации научных работ в выпусках серий научно–практического журнала "Современная наука: актуальные проблемы теории и практики" принимаются статьи на русском языке. Статья должна соответствовать научным требованиям и общему направлению серии журнала, быть интересной достаточно широкому кругу российской и зарубежной научной общественности.

Материал, предлагаемый для публикации, должен быть оригинальным, не опубликованным ранее в других печатных изданиях, написан в контексте современной научной литературы, и содержать очевидный элемент создания нового знания. Представленные статьи проходят проверку в программе "Антиплагиат".

За точность воспроизведения дат, имен, цитат, формул, цифр несет ответственность автор.

Редакционная коллегия оставляет за собой право на редактирование статей без изменения научного содержания авторского варианта.

Научно–практический журнал "Современная наука: актуальные проблемы теории и практики" проводит независимое (внутреннее) рецензирование.

Правила оформления текста.

- ◆ Текст статьи набирается через 1,5 интервала в текстовом редакторе Word для Windows с расширением ".doc", или ".rtf", шрифт 14 Times New Roman.
- ◆ Перед заглавием статьи указывается шифр согласно универсальной десятичной классификации (УДК).
- ◆ Рисунки и таблицы в статью не вставляются, а даются отдельными файлами.
- ◆ Единицы измерения в статье следует выражать в Международной системе единиц (СИ).
- ◆ Все таблицы в тексте должны иметь названия и сквозную нумерацию. Сокращения слов в таблицах не допускается.
- ◆ Литературные источники, использованные в статье, должны быть представлены общим списком в ее конце. Ссылки на упомянутую литературу в тексте обязательны и даются в квадратных скобках. Нумерация источников идет в последовательности упоминания в тексте.
- ◆ Список литературы составляется в соответствии с ГОСТ 7.1–2003.
- ◆ Ссылки на неопубликованные работы не допускаются.

Правила написания математических формул.

- ◆ В статье следует приводить лишь самые главные, итоговые формулы.
- ◆ Математические формулы нужно набирать, точно размещая знаки, цифры, буквы.
- ◆ Все использованные в формуле символы следует расшифровывать.

Правила оформления графики.

- ◆ Растровые форматы: рисунки и фотографии, сканируемые или подготовленные в Photoshop, Paintbrush, Corel Photopaint, должны иметь разрешение не менее 300 dpi, формата TIF, без LZW уплотнения, CMYK.
- ◆ Векторные форматы: рисунки, выполненные в программе CorelDraw 5.0–11.0, должны иметь толщину линий не менее 0,2 мм, текст в них может быть набран шрифтом Times New Roman или Arial. Не рекомендуется конвертировать графику из CorelDraw в растровые форматы. Встроенные – 300 dpi, формата TIF, без LZW уплотнения, CMYK.

По вопросам публикации следует обращаться к шеф–редактору научно–практического журнала "Современная наука: актуальные проблемы теории и практики" (e–mail: redaktor@nauteh.ru).