

СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИКА»  
ПОДСЕКЦИЯ «ФИНАНСЫ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ»

Председатель – Книга А.С., к.э.н., доцент

Секретарь – Кучинская М.В., ст. преподаватель

25 апреля 2007 года, 9.55, ауд. 520 г.к.

1. Анкудинова Н. Е. – студент группы ФК - 22, Глазкова Т.Н. – к.э.н., доцент  
Финансовая политика муниципального образования в условиях реформы  
местного самоуправления
2. Антонова Т.В. – студент группы УП - 41, Власова О.В.- ст.преподаватель  
Проблема травматизма на производстве
3. Башлычева Т.С. – студент группы МЭ - 41, Глазкова Т.Н. – к.э.н., доцент  
Проблема недостаточности собственного капитала российских банков
4. Белая Н.В. – студент УП - 41, Власова О. В. – ст. преподаватель Проблемы  
въездного туризма в России и Алтайском крае
5. Блишак Ж. И. – студент группы ФК – 22, Книга А. С. – к.э.н., доцент  
Эффективность инвестиционных проектов, финансируемых из бюджета  
Алтайского края
6. Бурцева Е.А. – студент группы ФК - 31, Ларионова И.А. – ст. преподаватель  
Аудит финансовой отчетности в формате МСФО
7. Денисова А.А. - студент гр. ФК - 22, Чубур О. В. - к.э.н., доцент Организация  
финансовой деятельности в ОАО «Сибирьтелеком»
8. Дитятев А.В. – студент группы ФК - 21, Книга А.С. – к.э.н., доцент  
Информационная прозрачность в корпоративном управлении в российских  
банках
9. Глебов А.В. – студент группы ФК – 21, Книга А.С. – к.э.н., доцент  
Государственная финансовая поддержка малого бизнеса в Алтайском крае
10. Головинова А.В. – студент группы ФК – 31, Ларионова И.А. – ст. преподаватель  
Тенденции развития рынка аудиторских услуг в Алтайском крае
11. Именова М.Р. – студент группы ФК – 41, Кузьмичева Е.В. – доцент Особенности  
финансового и налогового учета торговых скидок
12. Иванов М.А. – студент группы ФК – 32, Кузьмичева Е.В. – доцент  
Трансформация отчетности по российским стандартам бухгалтерского учета в  
отчетность по МСФО
13. Карачарова Е.А – студент группы ФК – 41, Кузьмичева Е.В. – доцент  
Представление отчетности в налоговые органы через коммуникационные  
каналы связи
14. Кривошеина И.А. – студент группы ФК – 22, Юсан И.П. – заместитель  
заведующего кафедрой Управление стоимостью предприятия (на примере ООО  
«Алтайэнергодиагностика»)
15. Мезенцев А. С. - студент гр. ФК - 21, Чубур О. В.- к.э.н., доцент Финансовая  
политика организации в области привлечения кредитных ресурсов
16. Порошина А. – студент группы УП - 41, Власова О. В. – ст. преподаватель  
Проблема создания семьи и рождения детей в современной России
17. Синиченко С. Н. – студент группы ФК – 41, Кузьмичёва Е.В. – доцент  
Бухгалтерский и налоговый учет расходов, связанных с развитием и  
продвижением компании на рынке
18. Сухоруков К.Н. – студент группы ФК – 31, Ларионова И.А. – ст. преподаватель  
Бухгалтерский аутсорсинг: преимущества, недостатки, перспективы
19. Сурова Н.Д. – студент группы ФК – 41, Кузьмичева Е.В. – доцент Затраты на  
природоохранные мероприятия в системе финансового учета

20. Свит Е.Д. – студент группы ФК - 21, Глазкова Т.Н. – к.э.н., доцент Совершенствование ценовой политики на предприятии нефтяной отрасли
21. Таранова О.Г. – студент группы ФК - 21, Книга А.С. – к.э.н., доцент Выбор источников привлечения инвестиций для развития субъектов малого предпринимательства в Алтайском крае
22. Тищенко А.В. – студентка группы ФК-21, Книга А.С. – к.э.н., доцент Секьюритизация ипотечного кредитования
23. Филяева Ю.В. – студент группы ФК – 21, Глазкова Т.Н. – к.э.н., доцент Финансовый аспект реорганизации предприятия коммунального хозяйства

## ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ РЕФОРМЫ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

Анкудинова Н. Е. – студентка, Глазкова Т.Н. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Под финансовой политикой муниципального образования подразумевается совокупность правил, принципов и целей, используемых для руководства по составлению среднесрочных и годовых финансовых планов. Одной из главных задач финансовой политики является поддержание устойчивого финансового положения муниципального образования. Устойчивое финансовое положение муниципального образования в целом и контролируемых им муниципальных организаций служит необходимым условием стабильного оказания муниципальных услуг и исполнения обязательств, принятых перед налогоплательщиками.

Основой финансовой политики является набор финансовых целей, которые разрабатываются финансовым ведомством и выносятся на обсуждение и утверждение высшим руководством администрации муниципального образования.

Цели финансовой политики формируются на долгосрочную перспективу (5 и более лет), а также на среднесрочную перспективу (3 - 5 лет) и предстоящий финансовый год и должны обоснованно и своевременно корректироваться по мере изменения приоритетов и внешних обстоятельств.

Проводимая в настоящее время реформа местного самоуправления в Российской Федерации является одной из самых кардинальных за все последнее десятилетие. Она призвана способствовать разграничений полномочий между органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления.

После вступления в силу Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» произошли определенные перемены в формировании местных бюджетов, связанные с изменением принципа расчета и оказания финансовой помощи бюджетам поселений, муниципальных районов, городских округов из региональных бюджетов. Финансовая помощь на выравнивание уровня бюджетной обеспеченности муниципальных образований соответствующего типа рассчитывается и предоставляется теперь исходя из численности жителей муниципального образования. Финансовая помощь оказывается из фондов, образуемых законами субъектов РФ в составе региональных бюджетов.

Но самым главным и положительным моментом реализации реформы местного самоуправления стало распределение земельного налога и налога на доходы физических лиц в бюджет поселений муниципального района в стопроцентном зачислении.

Одной из основных причин кризисных явлений при реформировании местного самоуправления выступает действующая методика расчета финансовой помощи муниципальным бюджетам, которая основывается на численности жителей муниципального образования.

Вторая острая проблема – имущественные отношения. Федеральным законом определен порядок разграничения имущества только для вновь образованных муниципальных образований. Правительством так не утвержден порядок перераспределения собственности между районами и поселениями. Огромные трудности повсеместно вызывает оформление технической документации на передаваемые объекты и правоустанавливающие документы на земельные участки. Серьезно подрывает экономическую основу местного самоуправления скудная доходная база. Так как в настоящее время земельный и имущественный налоги – наиболее труднособираемые, потому что не до конца оработаны реестры налогоплательщиков, не все имущество надлежаще оформлено.

Отдельную проблему представляет собой дефицит квалифицированных кадров. Если органы местного самоуправления хотят действительно быть независимыми и успешно проводить свою политику во всех сферах жизни муниципальных образований, следует понять одно – без надежной кадровой поддержки органы местного самоуправления так и будут продолжать неэффективно исполнять свои и переданные им государственные полномочия.

Определенный недостаток, возникший в результате реализации реформы местного самоуправления, это опасения связанные с укреплением налоговых инспекций, и сокращение количества специалистов. Проблема, которая вытекает из укрепления налоговых инспекций, – это расширение аппарата поселений за счет сокращения аппарата федеральных служащих. Можно сказать точно, что в результате проведения реорганизации налоговых органов:

- резко сокращается количество налоговых инспекций;
- создаются межрайонные налоговые инспекции, обслуживающие 4 – 5 муниципальных образований области (края).

Отсутствие на территории большинства районов налоговых инспекций оказывает резко отрицательное влияние на поступление налогов в бюджет области (края), существенно снижает уровень контроля за налогоплательщиками, осуществляющими свою деятельность на соответствующих территориях. Ослабляется также контроль за полнотой и своевременностью уплаты налогов, сборов и иных платежей в бюджет, прежде всего региональных и местных налогов.

Существует также еще одна проблема, которая требует своего решения: в соответствии с Налоговым кодексом РФ лица, занимающиеся ведением личного подсобного хозяйства, освобождаются от уплаты налога на доходы физических лиц на основании справок, выдаваемых органами местного самоуправления. Вместе с тем, законодательно не установлены критерии разграничения доходов от ведения личного подсобного хозяйства и доходов, получаемых от предпринимательской деятельности, что может привести к значительному уменьшению доходных источников местных бюджетов.

Финансовая политика Шипуновского района, разрабатываемая комитетом по финансам, налоговой и кредитной политике, наряду с целями и стратегиями, разрабатываемыми отраслевыми ведомствами, должна ложиться в основу финансового планирования, составления среднесрочных финансовых планов, годового бюджета и планов движения денежных средств.

Комитет администрации Шипуновского района Алтайского края по финансам, налоговой и кредитной политике является исполнительным органом государственной власти Шипуновского района, осуществляющим функции по реализации государственной политики в бюджетной, налоговой и кредитной сферах, обеспечению сбалансированности бюджета Шипуновского района и соблюдению установленных требований к регулированию бюджетных правоотношений, осуществлению бюджетного процесса, размерам дефицита бюджета, размеру и составу государственного долга Шипуновского района, исполнению бюджетных и долговых обязательств Шипуновского района.

Финансовая политика Шипуновского района представлена следующими направлениями:

- политика управления доходами;

- политика управления денежными средствами;
- политика управления ликвидностью;
- долговая политика.

Анализ финансовой политики Шипуновского района показывает, что существуют определенные проблемы, связанные с реализацией реформы местного самоуправления. А именно, с политикой управления доходами, то есть с уровнем собираемости налогов и сборов в бюджет Шипуновского района.

Как известно, доходы местного бюджета формируются за счет налоговых и неналоговых видов доходов, а также за счет безвозмездных перечислений (финансовой помощи). Вступление в силу Федеральным законом от 6 октября 2003 года № 131 - ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» ввел новую систему налогообложения земельным налогом, то есть теперь налогооблагаемой базой будет являться кадастровая стоимость земельных участков, исчисление которой влечет за собой определенные затраты. Так как кадастровая стоимость земли, определенная ранее, не отражает реальную стоимость земли сегодня, поэтому необходима переоценка стоимости земель.

Также проблематичным налогом является налог на имущество физических лиц, так как для получения данного налога в полном объеме органы местного самоуправления должны провести полную инвентаризацию всех объектов налогообложения (жилых домов, квартир, дач и гаражей), создать реестр объектов налогообложения, определить их собственников – плательщиков налога, затем установить конкретные ставки налога в зависимости от инвентаризационной стоимости объектов налогообложения, все это приводит к увеличению затрат бюджета.

Существует еще одна проблема, связанная с формированием финансовой помощи. В Алтайском крае и в Шипуновском районе используют «подушевую методику» предоставления финансовой помощи, недостаток которой заключается в том, что она не учитывает объективные различия в экономических потенциалах муниципальных образований, а также объективные факторы, влияющие на стоимость оказания бюджетных услуг.

Реформа местного самоуправления будет успешной при условии реструктуризации бюджетной сферы, оптимизации управления бюджетными средствами, повышении результативности бюджетных расходов, чему способствовал бы переход регионов на среднесрочное финансовое планирование и внедрение бюджетирования, ориентированного на результат.

Список использованных источников:

1. Конституция Российской Федерации // Российская газета. - 1993. – 25 декабря.
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации: Федеральный закон РФ от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ // Собрание законодательства РФ. - 1994. - № 32.
3. Бюджетный кодекс РФ. – М.: Омега-Л, 2005, 208 с.
4. Налоговый Кодекс Российской Федерации: часть вторая: Федеральный закон РФ от 5 августа 2000 г. № 118-ФЗ // Собрание законодательства РФ. - 2000. - № 32.
5. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: Федеральный закон от 06.10.2003 № 131 – ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2003. - № 40.
6. Захарченко А. А. Укрепление финансовых основ местного самоуправления / А. А. Захарченко // Финансы. – 2006. - № 12. – С. 28-30.
7. Игнатов В. Г. Местное самоуправление: российская практика и зарубежный опыт / В. Г. Игнатов. – М: Ростов н/Д, 2005. – 352 с.
8. Методические рекомендации по реализации Федерального закона от 6 октября 2003 года № 131 – ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»: Учебно-методическое пособие. – Новосибирск, 2005. – 448 с.

9. Пантелеев А. Ю. Формирование финансовой основы местного самоуправления / А. Ю. Пантелеев // Финансы. – 2005. - № 11.- С. 8-10.
10. Пронина Л. И. Местные финансы: проблемы и пути решения / Л. И. Пронина // Финансы. – 2006. - № 12. – С. 25-27.
11. Селин В. С. Реформа местного самоуправления и ее финансовое обеспечение / В. С. Селин // Финансы. – 2005. - № 9. – С. 13-14.
12. Фролова Н. К. Реформа местного самоуправления: механизм действия региональной власти / Н. К. Фролова // Финансы. – 2005. - № 10.

**ПРОБЛЕМА ТРАВМАТИЗМА НА ПРОИЗВОДСТВЕ**  
Антонова Т.В. – студент, Власова О.В.- ст.преподаватель  
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Под проблемой производственного травматизма, следует понимать коренные причины этого явления. Такими можно считать не те причины, что напрямую приводят к травматизму (например, низкое качество оборудования, отсутствие защитных средств, отсутствие контроля, низкая квалификация персонала), а такие, что создают условия для их возникновения.

Когда мы говорим о производственном травматизме, мы имеем в виду повторение несчастных случаев, связанных с производством, которые вызывают производственные травмы, представляющие собой повреждение организма человека и потерю им трудоспособности.

Причины возникновения производственного травматизма:

- организационные;
- технические.

Организационные причины: несоблюдение правил техники безопасности из-за неподготовленности работников, низкая трудовая и производственная дисциплина, неправильная организация работы, отсутствие надлежащего контроля за производственным процессом и др.

Технические причины в большинстве случаев проявляются как результат конструктивных недостатков оборудования, недостаточности освещения, неисправности защитных средств, оградительных устройств и т.п.

По сравнению с 2000 годом отмечено снижение производственного травматизма и количества летальных случаев. При этом в Гострудинспекции Алтайского края отмечают, что более половины травм было получено из-за плохой организации труда, и 41% - по техническим причинам, что показано на рисунке 1.

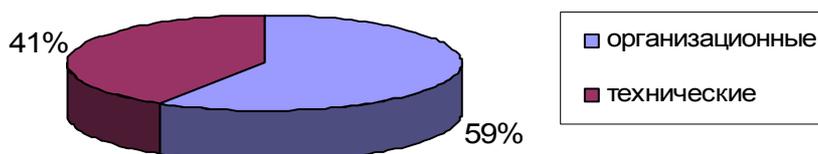


Рисунок 1 – Структура причин травматизма на производстве в Алтайском крае

Основная причина травматизма и гибели людей, по словам руководителя Гострудинспекции в Алтайском крае В. Панина, - грубые нарушения правил охраны труда со стороны лиц, ответственных за безопасное проведение работ. В ряде случаев нарушения допущены самими пострадавшими.

Но все-таки, оценивая в целом положение дел с производственным травматизмом за ряд лет, правомерно сделать вывод о том, что среди причин травматизма основными являются:

- старение основных производственных фондов, износ которых в некоторых отраслях промышленности достигает 70 % и более;
- заметное сокращение объемов капитального и профилактического ремонта промышленных зданий, сооружений, машин и оборудования;
- прекращение разработок по созданию новой техники и технологии и технического обновления производства на этой основе;
- ухудшение контроля за технической безопасностью производств в результате сокращения служб охраны труда на предприятиях;
- ухудшение обеспечения средствами индивидуальной защиты, нарушение надежности работы средств и систем коллективной защиты рабочих мест;
- ослабление ответственности работодателей и руководителей производств за состояние условий и охраны труда;
- ухудшение производственной и технологической дисциплин.

Нельзя при этом не учитывать и психологический фактор, воздействующий на работников: в условиях нестабильной экономики, безработицы, задержек выплаты заработной платы люди нередко идут на выполнение работ, игнорируя элементарные требования безопасности.

"Лидерами" по производственному травматизму в Алтайском крае являются:

- картонно-рубероидный завод ОАО "Алтайкровля" (г. Новоалтайск), где в 2005 году погибли 3 рабочих, 8 получили тяжелые увечья и 10 - менее серьезные травмы;
- мебельное предприятие ЗАО "Форант" (г. Барнаул), где серьезно пострадали трое рабочих;
- ОАО "Алтай-Кокс" (г. Заринск), на котором погибло 4 человека и получили тяжелые травмы 2 человека.

С 2000 г. статистическое наблюдение за травматизмом на производстве ведется по основным отраслям экономики: промышленность, строительство, транспорт, связь, торговля продукцией производственно-технического назначения, геология и разведка недр, геодезическая и гидрометеорологическая службы, жилищно-коммунальное хозяйство, здравоохранение. Наблюдение осуществляется по крупным и средним организациям сплошным методом, по субъектам малого предпринимательства - выборочным методом.

Анализ причин несчастных случаев на производстве проводят с целью выработки мероприятий по их устранению и предупреждению. Для этого используются следующие методы:

- Монографический метод - многосторонний анализ причин травматизма на рабочих местах. При этом изучают организацию и условия труда, состояние оборудования, инвентаря, инструментов.
- Топографический метод анализа позволяет установить место наиболее частых случаев травматизма. На плане-схеме предприятия, где обозначены рабочие места и оборудование, отмечают количество несчастных случаев за анализируемый период. Это позволяет уделить больше внимания улучшению условий труда на рабочих местах, где наиболее часто происходят несчастные случаи.
- Статистический метод анализа основан на изучении количественных показателей данных отчетов о несчастных случаях на предприятиях. При этом используются в основном коэффициент частоты, который определяет число несчастных случаев на 1000 работающих за отчетный период.

Но не только в Алтайском крае происходит снижение производственного травматизма. Если посмотреть в целом по России, то так же можно увидеть тенденцию к снижению травм на производстве, показанную на рисунке 2.



Рисунок 2 – Динамика производственного травматизма в России

Если говорить о предупреждениях производственного травматизма, то можно согласиться с тем, что к эффективным мероприятиям относятся квалифицированное проведение вводного, на рабочем месте, повторного, внепланового и текущего инструктажей работников по технике безопасности и регулярные проверки условий и охраны труда. Например, в Алтайском крае особая роль отведена аттестации рабочих мест по условиям труда и сертификации работ по охране труда. Так же необходимо оборудовать кабинеты или уголки по технике безопасности, где следует размещать плакаты, схемы, инструктивные материалы по технике безопасности, индивидуальные средства защиты, приборы для измерения шума, света, вибрации. Систематическое проведение лекций, бесед, с использованием наглядных пособий, кинофильмов и телевизионных передач, тоже является действенным способом пропаганды техники безопасности на производстве.

И в заключении хотелось бы сказать, что проблема производственного травматизма одна из главных в России и в Алтайском крае в частности. Производственные травмы нетерпимы в нашем обществе и если они происходят, то исключительно по причине организационных или технических недоработок. Поэтому каждый несчастный случай должен расследоваться, учитываться в строгом соответствии с установленным в РФ порядком. Также должна быть разработана система мероприятий по предупреждению травм на производстве.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт органов власти Алтайского края. Заголовок с экрана: [www.altaregion.ru](http://www.altaregion.ru)
2. Сайт федеральной службы государственной статистики. Заголовок с экрана: [www.gks.ru](http://www.gks.ru)

## ПРОБЛЕМА НЕДОСТАТОЧНОСТИ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА РОССИЙСКИХ БАНКОВ

Башлычева Т.С. – студентка, Глазкова Т.Н. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Вопросы экономического анализа деятельности коммерческих банков становятся все более актуальными, учитывая их важное значение в экономической и финансовой сфере

стран с развитой рыночной экономикой. Банки используют свои ресурсы для краткосрочного и долгосрочного кредитования на всех этапах производственного процесса, продвижения товаров на рынок, укрепления конкурентных позиций торгово-промышленных предприятий в стране и за рубежом, выступая посредниками в распределении капиталов.

Выполнение банками этой важной роли в регулировании финансовых потоков в экономике предопределяет необходимость разработки ресурсной политики и механизма управления капиталом. Это позволяет им полнее реализовать свою основную функцию - обеспечение необходимой ресурсной базы для осуществления кредитной и инвестиционной политики, получения прибыли. Одним из условий поддержания ликвидности и финансовой стабильности банка является достаточный размер собственного капитала. Достаточность капитала или капитальная адекватность масштабу и характеру осуществляемых банком операций - главный показатель надежности банка. Оптимальная банковская политика по вопросу капитализации (отношение собственного банковского капитала к активам, взвешенных с учетом риска) состоит в поддержании приемлемого уровня риска на базе наращивания собственного капитала.

В настоящее время активы российских банков растут темпами, опережающими темпы роста собственного капитала банков, в частности, это можно объяснить расширением кредитного портфеля российских банков, прибыль по которому и составляет большую часть доходных операций банков. Именно поэтому проблема увеличения банковского капитала и соответственно капитализации российских банков является актуальной на современном этапе развития банковской системы.

Данная тема является актуальной, так как проблема капитализации российских банков является очень важной для нормального функционирования всей банковской системы и повышения ее финансовой устойчивости, не решив данную проблему, российские банки не смогут в полной мере конкурировать с иностранным банковским капиталом и выходить на мировые рынки, что приобретает особую актуальность с вступлением России в ВТО.

Собственные средства (капитал) действующих кредитных организаций на 1.01.07 составили 1692,7 млрд. рублей, в то время как тот же самый показатель составлял 1241,8 млрд. рублей на 1.01.06. Снизилось соотношение капитала и активов банковского сектора, составив 12,1 % на 1 января 2007 года. В предшествующие три года это соотношение колебалось в пределах 14,6 — 13,3%. На 1 января 2007 года сумма активов действующих кредитных организаций достигла 14045,6 млрд. рублей, увеличившихся за год на 44% (в предшествующий год на 36,6 %). На 1 января 2007 года по данным ЦБ РФ активы всей российской банковской системы составляют 52,8 процентов от ВВП, а собственный капитал — 5,4 процентов, что свидетельствует о том, что российские банки испытывают серьезную нехватку в средствах. Для сравнения: доля активов к ВВП в США близка к 80 процентам, в Европе эта величина колеблется от 200 до 300 процентов. Да и собственные капиталы банков куда весомей - от 11 до 15 процентов.

Сохраняется тенденция к постепенному снижению показателя достаточности капитала в среднем по банковскому сектору. Показатель достаточности капитала (Н1) снизился с 17 % в 2005 г. до 16 % в 2006 году, а на 1 января 2007 года уже равнялся 14,9%.

В рамках системы управления собственным капиталом у банков существует два основных источника формирования собственных средств: внешние и внутренние. Основным внутренним источником увеличения капитала банка служит нераспределенная чистая прибыль. Преимущество данного способа наращивания капитала состоит в отсутствии издержек по привлечению ресурсов, а также угрозы потери контроля существующими акционерами, сужения их доли в собственности и снижения доходности в пересчете на одну акцию. Недостатком увеличения капитала внутри банка можно считать то, что такой капитал полностью облагается налогами и в процессе генерации чувствителен к изменению процентных ставок и экономических условий. Несмотря на огромную важность прибыли, как источника формирования капитала, она не в состоянии полностью решить проблему

увеличения собственных средств банка. В связи с этим банкам необходимо увеличивать свой капитал и за счет внешних источников, что, в частности, предполагает:

- выпуск новых акций и привлечение новых пайщиков (капитал первого уровня), известное как IPO;

- привлечение долгосрочных субординированных кредитов.

IPO (initial public offering) переводится как «первичное публичное размещение акций». Суть IPO заключается в том, что банки предлагают часть своей собственности на свободную открытую продажу, то есть становятся публичными. Поскольку IPO позволяет увеличить уровень публичности кредитной организации, их акционеры получают возможность увеличить прибыль и диверсифицировать риски: открытым компаниям легче получить доступ к более дешевым источникам капитала.

IPO будет способствовать повышению инвестиционной привлекательности российских банков как для российских, так и для зарубежных инвесторов и значительно повысит прозрачность структуры собственности (банки должны будут принять новую организационно-правовую форму - ОАО). IPO не только даст основу для более качественной оценки банковского сектора потенциальным внутренним и внешним инвестором, кредитором, вкладчиком, но позволит сделать шаг на пути совершенствования методов регулирования банковского сектора. Трудности IPO в России: в ближайшие 2—3 года провести публичное размещение своих акций смогут только крупнейшие банки, имеющие положительную кредитную историю и высокие рейтинги международных агентств. Массовым IPO стать в настоящее время не может, поскольку для его проведения компании необходимо обеспечить не только прозрачность структуры собственности, но и гарантировать стабильность бизнеса на ближайшие несколько лет. Для того, чтобы прогнозы первого зампреда стали реальностью, банк должен обладать достаточной величиной активов, большим запасом прочности, хорошими показателями рентабельности, а этим могут похвастаться далеко не многие российские банки.

Тем не менее не смотря на кажущиеся трудности по прогнозам профессионального и экспертного сообщества, 2008 год принесет парад банковских IPO. Однако, по мнению банкиров, существующие ограничения по составу акционеров и контроль за размещениями со стороны государства нуждаются в либерализации. Сначала стоит ожидать выхода к IPO крупных банков, с высокой прозрачностью, устоявшейся репутацией а также аффилированных с промышленными группами, таких как, например, "Газпромбанк" или "Банк Москвы". Что касается контроля, то стоит ожидать некоторого ужесточения со стороны ЦБ, которое, в том числе, приведет к выявлению наиболее прозрачных надежных структур и формированию из них второго эшелона IPO. В будущем многие российские банки будут вынуждены открыться для инвесторов и потока капитала. Это произойдет отчасти из-за давления дочерних формирований западных кредитных структур со вступлением страны в ВТО. Иностранцы получают больше возможностей. Капитализация действительно низка еще и из-за низкого уровня свободно обращающихся ценных бумаг. Достаточен он, пожалуй, только у Сбербанка, и ВТБ. Приток капитала от размещений по крайней мере сформирует защитные активы. В целом же, от притока иностранного капитала стоит ждать увеличения капитализации в разы, если не в десятки раз.

Одним из перспективных и эффективных способов увеличения собственного капитала банков является получение банком субординированного кредита. Суть субординированного кредита заключается в том, что он предоставляет приоритет одним кредиторам при погашении задолженности перед другими, так называемыми субординированными, кредиторами. Требования по субординированному кредиту удовлетворяются только после удовлетворения требований иных кредиторов. Условия включения в капитал:

1. По субординированному кредиту отсутствует обеспечение;
2. Сторонами в договоре субординированного кредита являются юридические лица;
3. Договор субординированного кредита содержит положение о невозможности его досрочного расторжения;

4. Кредит привлекается кредитной организацией;
5. Срок предоставления субординированного кредита составляет не менее 5 лет;
6. Содержит положение о том, что в случае банкротства кредитной организации требования по этому кредиту удовлетворяются после полного удовлетворения требования всех иных кредиторов.

В итоге за 9 месяцев 2006 года размер субординированных кредитов вырос на 35 %. В Госдуме в первом чтении принят законопроект о порядке и условиях включения субординированных кредитов в состав источников собственных средств кредитной организации. По расчетам, он даст возможность увеличить собственный капитал банков на 25 %. Более того в развитии субординированного кредитования российской банковской системы заинтересованы не только российские банки. Совет директоров Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР) принял решение в начале 2006 года о выделении 150 миллионов долларов на кредиты средним российским банкам. Средства будут выдаваться кредитным организациям в виде субординированных займов для увеличения уставного капитала и выхода в регионы.

Таким образом, перед российской банковской системой стоит непростая задача увеличения собственного капитала кредитных организаций. Способы решения этой проблемы имеются, и за банками остается их выбор и последующая реализация. До тех пор пока не будет повышена финансовая устойчивость российской банковской системы, а также её инвестиционная привлекательность, российские кредитные организации не смогут составить конкуренцию иностранному банковскому капиталу.

## ПРОБЛЕМЫ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ И АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Белая Н.В. – студент, Власова О. В. – ст. преподаватель

Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Несмотря на огромные туристские ресурсы, Россия занимает сегодня весьма скромное место на мировом рынке туризма. На ее долю приходится всего 1,5 % мирового туристского потока. Хотя по оценке экспертов ВТО Россия к 2020 году может войти в десятку самых популярных направлений туризма при условии эффективного использования своего природного, исторического и культурного потенциала.

Конечно, такое положение не устраивает государственные органы, что отразилось в основном законе, регламентирующем туристскую деятельность, где указывается, что приоритетными направлениями государственной поддержки является развитие внутреннего, въездного, социального и самодеятельного туризма. Въездной иностранный туризм при определенных условиях может явиться важным фактором экономического роста и социального развития нашей страны, повышения ее роли и авторитета в мировом содружестве.

На сегодняшний день картина въездного туризма в России выглядит следующим образом: по данным Росстата России общее число прибытий иностранных граждан в РФ за период с 1995 по 2005 года более чем удвоилось, но, начиная с 2001 г., ежегодный приток туристов начал уменьшаться. Особенно тяжелым для рынка въездного туризма оказался 2005 г., отмеченный резким скачком цен на авиабилеты и дополнительные услуги. Так, например, в 2002 г. общее число прибытий иностранных граждан на территорию РФ составило 23,3 млн., тогда как в 2005 г. этот показатель был уже 22,2 млн., т.е. на 4,7 % меньше. От общего числа прибытий доля посещений России с туристскими целями составляет всего от 12 % до 14 %. Данные о распределении общего въездного потока по целям поездок представлены на рисунке 1.

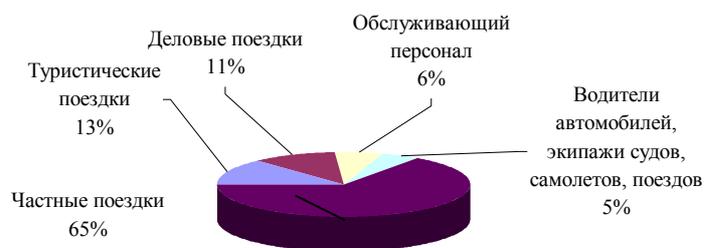


Рисунок 1 – Распределение общего въездного потока в РФ в 2005 г. по целям поездок

В 2005 г. число поездок из стран дальнего зарубежья составило 8,04 млн., что приблизительно равно 36 % от общего показателя. Число прибытий из стран СНГ составило в том же году 14, 16 млн., что являет собой примерно две трети от общего въездного потока в нашу страну.

Что касается географии въездного туризма, то среди «стран-поставщиков» туристов первенство принадлежит Финляндии (582 тыс. чел.) и Польше (532 тыс. чел.). Далее с заметным отрывом следуют граждане Германии (128 тыс. чел.), КНР (116 тыс. чел.), США (67 тыс. чел.), Литвы (41 тыс. чел.), Швеции (39 тыс. чел.) и Франции (37 тыс. чел.).

Отрицательное сальдо туристского баланса сохраняется из года в год. Например, в 2004 году по показателям соотношения въезжающих к нам иностранцев с целью туризма (2,6 млн. поездок) и выезжающих за рубеж граждан РФ по линии туризма (5,8 млн. поездок) оно составило минус 3,2 млн. прибытий. Для выявления основных причин, мешающих развитию въездного туризма, Федеральное агентство по туризму провело экспертный опрос представителей 115 компаний, специализирующихся на приеме гостей из-за рубежа, из 27 регионов России. Первые места в рейтинге заняли рост цен на туруслуги, недостаток рекламы туристических возможностей РФ за рубежом и отсутствие информации для иностранных туристов в самой России (карт, буклетов, указателей). Эксперты указали также на дефицит современных гостиниц туристического класса, недостаток современных автобусов и круизных судов, высокую стоимость виз и криминогенную обстановку в стране.

Это лишь некоторые причины, наиболее очевидные, на самом деле их гораздо больше. Попытаемся упорядочить и систематизировать множество факторов и проблем, сдерживающих динамичное развитие въездного туризма.

Во-первых, это отсутствие в отрасли системы статистического учета и отчетности, соответствующей мировым стандартам и методикам. Существующие статистические данные, особенно о структуре въезда и выезда челночных поездок, нелегальной миграции, о показателях доходности въездного туризма, о налоговых поступлениях в бюджеты всех уровней от этого вида деятельности, о занятости населения в этой сфере деятельности не отражают объективную ситуацию, сложившуюся сегодня во въездном туризме.

Во-вторых, недостаточные и не всегда высокопрофессиональные реклама и предоставление широкомасштабной информации о Российских туристских ресурсах за рубежом. Во многом это связано с ограниченностью бюджетного финансирования: Россия тратит на свою рекламу в 12-13 раз меньше, чем в среднем развитое западное государство.

В-третьих, отсутствие в России развитой туристической инфраструктуры, особенно за пределами центральной ее части. Сюда можно отнести недостаточное количество гостиниц экономического класса, плохое состояние дорог, слабое развитие околотуристских объектов и услуг, таких как предприятия по организации досуга и времяпрепровождения туристов.

В-четвертых, высокая стоимость турпакета для иностранных туристов за счет высоких цен на авиабилеты, гостиницы, особенно в Москве и Санкт-Петербурге, цен на входные билеты в музеи.

В-пятых, сложный порядок получения туристических, особенно деловых виз для посещения России, высокая стоимость виз, широкая практика их срочного оформления по более высоким тарифам.

В-шестых, отсутствие благоприятных условий для привлечения инвестиций в развитие всей туристической инфраструктуры, острый дефицит которых существует сегодня.

Алтайскому краю, как субъекту Российской Федерации, присущи все изложенные проблемы. Более того, все они в силу специфических особенностей края на порядок острее.

В Алтайском крае, как и во всех регионах, лежащих за Уралом, инфраструктура туризма еще менее развита, чем в центральной России, а в некоторых районах края с богатым природным и рекреационным потенциалом практически не развита (Чарышский, Славгородский, Завьяловский районы).

Алтайский край значительно удален как от границы с европейскими странами, являющимися основными «поставщиками» туристов на мировом туристском рынке (около 7 тыс. км), так и от восточных границ (около 9 тыс. км). В более выгодном расположении для нас находится Китай, туристский потенциал которого с точки зрения экспорта туристов довольно высок. Но, к сожалению, в данное время край представляет для них лишь коммерческий интерес. Что касается некоторых стран ближнего зарубежья (Казахстан, страны Средней Азии), на сегодняшний день их потенциал для Алтая низок в силу их внутренних общеэкономических и политических причин.

По данным Отдела выдачи виз и регистраций краевой миграционной службы в 2005 г. на территорию Алтайского края въехало 69395 иностранных граждан. Подавляющее большинство из них – 63240 чел. – это мигранты из стран ближнего зарубежья. Оставшаяся часть приходится на иностранцев, въехавших по частным и деловым визам – 1394 чел., и по туристическим визам – 4761 чел.

Лидером по числу въехавших туристов является Германия: Алтайский край в 2005г. посетило 4459 ее граждан. Далее с большим отставанием идут Латвия – 49 чел., США – 38 чел., Эстония – 21 чел., Дания – 16 чел., Франция – 11 чел., Швейцария – 10 чел., Австрия – 7 чел., Греция – 3 чел., и по одному человеку прибыло из Тайваня и Турции.

Довольно большое количество прибывших из Германии туристов объясняется двумя обстоятельствами. Во-первых, в 90-е – начало 2000 годов жители немецкой национальности в массовом масштабе эмигрировали в Германию, и сейчас граждане, въезжающие по туристическим визам в Алтайский край, – это родственники и знакомые оставшихся в крае жителей. Во-вторых, бизнес-связи Алтая и Германии все более расширяются, а значит, все больше деловых людей въезжают на территорию края с частными визитами.

В настоящее время на Алтае находится более 60 туристических объектов, а объем туристско-экскурсионных услуг ежегодно возрастает в 1,5 - 2 раза. В 2005 году в Администрации Алтайского края был принят проект Программы развития туризма. Предположительно она будет действовать до 2015 года. Власти считают, что эта долгосрочная программа будет способствовать привлечению инвесторов в развивающуюся туристскую отрасль. Специалисты выделили 10 территорий приоритетного развития. Среди них – Горная Колывань, Горный Чарыш, Белокуриха, Алтайская, Завьяловская и Солонешская рекреационные зоны. Кроме того, в декабре 2006 г. на федеральном уровне было обнародовано два важных для края документа. Во-первых, Министерство экономического развития объявило Алтайский край и республику Алтай особой курортно-рекреационной местностью, которых планируется создать семь на всей территории РФ. Во-вторых, Госдума РФ приняла закон «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр», согласно которому в Алтайском крае на территории Смоленского района будет создана одна из четырех игорных зон.

Реализация этих проектов даст толчок развитию всей экономики края, а не только отдельной отрасли, ведь расширение туристской деятельности и обустройство игорной зоны предполагают широкомасштабное строительство баз отдыха, казино, гостиниц, ресторанов, дорог, инфраструктуры отдыха, привлечение потока инвестиций, появление нескольких

тысяч рабочих мест, дополнительные налоговые поступления в бюджет. Стоит отметить, что впервые за много лет Алтайскому краю со стороны государства предоставлена столь масштабная поддержка, открывающая широкий простор для туристской деятельности и делающая край инвестиционно привлекательным. Все это позволяет надеяться на то, что очень скоро возрастет популярность Алтайского края как для въездного, так и для внутреннего туризма.

Список использованных источников:

- 1 Барзыкин Ю.А. Актуальные проблемы государственного регулирования развития туризма в России // Туризм: право и экономика. – 2006. - № 1. – С. 2
- 2 Шугаев М.В. Два взгляда на въездной туризм // Турбизнес. – 2005. - № 16. – С. 3
- 3 Туризм в цифрах. 2005. – М.: Статистика России, Российский союз индустрии, 2006. – С. 6-84
- 4 Туризм. От Колывани до Белокурихи // Аргументы и факты. – 2005. - № 37. – С.2

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ, ФИНАНСИРУЕМЫХ ИЗ БЮДЖЕТА АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Блищак Ж. И. – студент группы ФК – 22, Книга А. С. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Сегодня ключевым вопросом развития производства, обеспечения его устойчивого роста и совершенствования структуры является повышение конкурентоспособности продукции, для чего необходимы, в первую очередь, ускорение структурных преобразований в промышленности и активизация инвестиционной и инновационной деятельности. Развитие экономики России в большей степени будет определяться ростом инвестиционной активности не столько страны в целом, сколько регионов и предприятий. Вследствие этого я считаю, что изучение особенностей инвестиционной активности края является актуальным в настоящее время.

Алтайский край не занимает лидирующих позиций по уровню инвестиционной активности в Сибирском федеральном округе. Инвестиции в основной капитал в 2005 году в Алтайском крае составили 20261 млн. руб., в то время как в Кемеровской области этот показатель достиг уровня в 84151 млн. руб. В 2006 году инвестиции в основной капитал в Алтайском крае увеличились до 27844 млн. руб., но этот рост не изменил общую картину инвестиционной активности в СФО.

Низкая инвестиционная привлекательность региона во многом обусловлена тем, что в Алтайском крае нет запасов нефти и газа, металлургического производства, значительных запасов угля, он является сельскохозяйственным регионом, а промышленность представлена в основном обрабатывающими отраслями.

Органы государственной власти Алтайского края осуществляют ряд мер, направленных на стимулирование инвестиционной деятельности в крае. К числу таких мер относятся:

- субсидирование за счет средств краевого бюджета части банковской процентной ставки по банковским кредитам;
- субсидирование за счет средств краевого бюджета налога на имущество организаций края;
- субсидирование за счет средств краевого бюджета налога на прибыль организаций края и другие.

Субсидирование организациям части банковской процентной ставки осуществляется в размере двух третьих ставки рефинансирования (учетной ставки) Центрального банка Российской Федерации. Размещение средств краевого бюджета на субсидирование части банковской процентной ставки по банковским кредитам производится на конкурсной основе. Конкурсный отбор осуществляет краевая инвестиционная комиссия, в состав которой входят

представители законодательного и исполнительного органов государственной власти Алтайского края. Рабочим органом Инвестиционной комиссии является Главное управление экономики и инвестиций администрации Алтайского края. Основанием для субсидирования организациям части банковской процентной ставки является распоряжение администрации Алтайского края. Субсидирование части банковской процентной ставки организациям осуществляет комитет администрации Алтайского края по финансам, налоговой и кредитной политике.

На государственную поддержку инвестиционной деятельности через налоговые льготы, участие в софинансировании процентной ставки за кредиты в 2005 году из краевого бюджета было выделено промышленным предприятиям свыше 64 миллионов рублей, что позволило привлечь на развитие отрасли 769 миллионов рублей, это в 3 раза больше, чем в 2004 году.

Размер компенсации затрат на субсидирование за счет средств краевого бюджета налога на имущество организаций края ограничен:

- для отрасли "Сельское хозяйство" - не выше фактически уплаченной суммы налога на имущество, зачисляемой в краевой бюджет;

- для отрасли "Промышленность" - не выше фактически уплаченной суммы налога на имущество, зачисляемой в краевой бюджет. При этом размер компенсации затрат организации определяется исходя из общей суммы капитальных вложений, фактически произведенных инвестором при реализации инвестиционного проекта, уменьшенной на сумму бюджетных средств, полученных для его реализации. Срок действия компенсации затрат ограничивается сроком окупаемости инвестиционного проекта, предусмотренного проектной документацией, и не может составлять более трех лет с момента возникновения обязанности по уплате налога на имущество организаций;

- для отрасли "Транспорт" - не выше фактически уплаченной и зачисленной в краевой бюджет суммы налога на имущество организаций в отношении территориальных автомобильных дорог общего пользования, а также сооружений, являющихся неотъемлемой частью указанных объектов.

В 2005 году решение о субсидировании налога на имущество принято в отношении четырех промышленных предприятий на общую сумму 9,3 миллиона рублей. На лизинг промышленного оборудования впервые использовано более 21 млн. рублей средств краевого бюджета

С 1 января 2006 года в закон «Об инвестиционной деятельности в Алтайском крае» была внесена новая мера стимулирования, такая как субсидирование налога на прибыль организаций, которая вступила в силу с 1 января 2007 года.

Организациям, зарегистрированным на территории Алтайского края, инвестировавшим в течение финансового года на строительство зданий и сооружений производственного назначения, создание и (или) приобретение машин и технологического оборудования, участвующих в производственном процессе в рамках инвестиционного проекта на территории Алтайского края, не менее 50 процентов прибыли, остающейся в распоряжении организаций, но не менее 10 миллионов рублей, за счет средств краевого бюджета предоставляются субсидии по компенсации на четыре процентных пункта налога на прибыль организаций в части сумм, подлежащих зачислению в краевой бюджет.

Организациям, зарегистрированным на территории Алтайского края, инвестировавшим в течение финансового года на строительство зданий и сооружений производственного назначения, создание и (или) приобретение машин и технологического оборудования, участвующих в производственном процессе в рамках инвестиционного проекта на территории Алтайского края, свыше 50 миллионов рублей прибыли, остающейся в распоряжении организации, за счет средств краевого бюджета предоставляются субсидии по компенсации налога на прибыль организаций в части сумм, подлежащих зачислению в краевой бюджет.

Объем затрат на предоставление субсидий по компенсации налога на прибыль организаций утверждается ежегодно в законе Алтайского края о краевом бюджете.

В последние годы на стимулирование инвестиционной деятельности в крае выделяется все больше средств из краевого бюджета. Вследствие этого была создана система отбора и контроля реализуемых с участием средств краевого бюджета инвестиционных проектов, включающая зафиксированные в соответствующих нормативных правовых документах критерии эффективности планируемых и реализуемых проектов.

На мой взгляд, очень важно оценить социальную и бюджетную эффективность инвестиционных проектов до того, как начнется их реализация и финансирование с участием средств бюджета Алтайского края. Безусловно, что более привлекательными окажутся те инвестиционные проекты, эффективность которых будет выше.

Существовавшая ранее методика оценки эффективности инвестиционных проектов рассматривала вопросы социальной и бюджетной эффективности в общих чертах и не давала полного представления о том, какие выгоды получит край от финансирования средств в тот или иной проект.

С 1 января 2007 года вступил в силу новый порядок оценки социальной и бюджетной эффективности инвестиционных проектов. Этот порядок:

- определяет процесс отбора планируемых к реализации инвестиционных проектов для включения предусмотренных ими объектов в перечень строек и объектов, подлежащих строительству (реконструкции) с участием средств бюджета Алтайского края;
- определяет методику оценки социальной и бюджетной эффективности инвестиционных проектов, планируемых к реализации с участием средств бюджета Алтайского края;
- регулирует процесс принятия решения о включении инвестиционного проекта в краевую адресную инвестиционную программу.

Данный порядок регулирует процесс принятия решения о финансировании с участием средств бюджета Алтайского края мероприятий, направленных на развитие объектов общественной инфраструктуры регионального и муниципального значения, в рамках планируемого объема расходов бюджета Алтайского края на очередной финансовый год на реализацию краевой адресной инвестиционной программы (далее - "АИП") с учетом показателей перспективного финансового плана.

Целью оценки социальной и бюджетной эффективности инвестиционных проектов развития объектов общественной инфраструктуры регионального и муниципального значения, реализуемых с участием средств бюджета Алтайского края, является создание условий и предпосылок для максимально эффективного управления государственными финансовыми ресурсами в соответствии с приоритетами государственной политики.

Пока невозможно сказать, насколько эффективна окажется новая методика оценки социальной и бюджетной эффективности инвестиционных проектов. Главной трудностью является то, что нет единообразия и четкой системы предоставления информации в органы статистики, на основании которых и осуществляются все необходимые расчеты. Я считаю, что в первую очередь необходимо обеспечить поступление полной и достоверной информации, с помощью которой можно будет осуществлять все необходимые расчеты, и, уже на основании этого делать выводы о том, какие инвестиционные проекты следует финансировать за счет средств бюджета Алтайского края.

## АУДИТ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЁТНОСТИ В ФОРМАТЕ МСФО

Бурцева Е.А. – студент, Ларионова И.А. – ст. преподаватель  
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Стандартизация финансовой отчетности закладывает основу для совершенствования финансового учета, отчетности и раскрытия информации. Поэтому законодательство и положения по бухгалтерскому учету в разных странах должны соответствующим образом отражать последовательный процесс принятия и внедрения Международных стандартов

финансовой отчетности. При этом только открытая независимая система контроля, осуществляемая самостоятельными организациями, может способствовать повышению эффективности всеобщей системы финансового учета для общества в целом. И здесь важная роль отводится аудиту. Особенно актуальна эта тема для России, так как всё большее число российских предприятий переходит к стандартизации финансовой отчетности.

Необходимо четко определить различия между категориями учета и отчетности в тех случаях, когда вместо МСФО используются национальные стандарты финансовой отчетности или когда такие стандарты не полностью соответствуют МСФО.

Российская система бухгалтерского учета к настоящему времени сложилась в основном как система, служащая различным целям, основной из которых является сбор налогов.

Улучшение качества финансовой информации выгодно не только предприятиям, имеющим сторонних инвесторов в лице банков, но и руководителям всех хозяйствующих субъектов, которые в ходе работы благодаря МСФО получают возможность иметь более полное представление о реальных экономических условиях деятельности своего предприятия для принятия более эффективных управленческих решений.

К тому же как известно, МСФО позволяют не только сократить расходы на подготовку отчетности, но и снизить затраты на привлечение капитала.

Важнейшая роль при переходе хозяйствующих субъектов на МСФО принадлежит аудиту финансовой отчетности, поскольку для подтверждения соответствия финансовой отчетности требованиям международных стандартов необходимо заключение аудитора. По существу, отчетность, составленная в соответствии с Российскими положениями по бухгалтерскому учету (РПБУ), до недавнего времени мало интересовала пользователей (за исключением, пожалуй, налоговых органов). При таком подходе ценность аудиторского заключения существенно снижалась. В результате, к составлению аудиторского заключения относились как к некоей формальности.

Основной целью аудита финансовой отчетности, подготовленной в соответствии с международными стандартами, является формирование заключения об адекватности отражения в данной отчетности во всех существенных отношениях финансового состояния хозяйствующего субъекта за год, результатов его операционной деятельности и движения денежных средств за отчетный период в соответствии с МСФО.

Международные стандарты аудита придают особое значение объему аудиторских процедур, видам тестов и формату представляемого заключения. По результатам аудита хозяйствующему субъекту представляются следующие документы:

- аудиторское заключение за год, закончившийся 31 декабря;
- письмо по вопросам управления.

В связи с существенными различиями в составлении отчетности по российскому законодательству и отчетности, подготовленной в соответствии с МСФО, в процессе оказания консультационных услуг аудиторы могут запрашивать у хозяйствующего субъекта не только стандартный информационный пакет документации, но и подробную информацию о прочих активах и обязательствах, по отчету о прибылях и убытках и проч.

В переходный для России период учет ведется в соответствии с российскими принципами бухгалтерского учета. Для этого целесообразно внести соответствующие изменения в нормативную базу по бухгалтерскому учету, для того чтобы при составлении финансовой отчетности в соответствии с МСФО российская финансовая отчетность могла бы использоваться в качестве базовой, а для приведения ее в соответствие с МСФО осуществлялся ряд трансформационных процедур.

На основании пакета представляемой субъектом-клиентом российской финансовой отчетности и дополнительной финансовой информации аудиторы и консультанты осуществляют все процедуры, необходимые для трансформации российской финансовой отчетности в МСФО. В результате хозяйствующий субъект получает трансформированную финансовую отчетность, которая включает бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках,

отчет об изменениях в капитале, отчет о движении денежных средств, примечания к финансовой отчетности, включая учетную политику.

Аудиторами может быть проведена также экспресс-оценка влияния МСФО на финансовую отчетность хозяйствующего субъекта. При этом последнему следует учитывать, что для целей аудита составляются все пять форм отчетности и используются все действующие Международные стандарты финансовой отчетности.

После проведения трансформации финансовой отчетности аудиторы могут оказать консультационную поддержку проверяемому хозяйствующему субъекту по следующим направлениям:

1) разработка алгоритма перехода к использованию формата отчетности, подготавливаемой в соответствии с международными стандартами, с учетом разницы в подходах к оценке рисков, созданию резервов, оценке активов, обязательств и т.д.;

2) обучение персонала хозяйствующего субъекта трансформации российской отчетности в формат международных норм отчетности, включающее:

а) помощь в освоении специалистами хозяйствующего субъекта стандартов подготовки отчетности в соответствии с МСФО;

б) разработку методики составления отчетности в соответствии с МСФО;

в) рекомендации относительно автоматизации процесса подготовки отчетности в соответствии с МСФО на регулярной основе;

г) консультационную поддержку по составлению отчетности в формате МСФО.

В результате хозяйствующий субъект получает возможность самостоятельной регулярной подготовки отчетности согласно МСФО.

Однако следует отметить, что несоблюдение требований МСФО и низкое качество аудита подрывают доверие к международным стандартам. Согласно исследованию, проведенному Советом по международным стандартам финансовой отчетности, низкое качество аудита финансовой отчетности, составленной в соответствии с МСФО, является серьезным препятствием на пути успешного применения международных стандартов.

При отборе аудиторской организации для проведения аудита финансовой отчетности, подготовленной в соответствии с МСФО, хозяйствующие субъекты могут руководствоваться общепринятой международной практикой проведения аудита финансовой отчетности.

В международной практике организации, проводящие аудит финансовой отчетности, должны иметь не менее четырех специалистов, обладающих дипломами признанных в международном масштабе бухгалтерских и аудиторских ассоциаций и организаций. Руководитель одновременно должен являться и совладельцем аудиторской организации. Это необходимо для того, чтобы он мог выражать мнение о достоверности финансовой отчетности субъекта от имени аудиторской организации, подписывать аудиторское заключение. В первую очередь руководитель несет ответственность за достоверность отчетности и ее соответствие требованиям МСФО.

Кроме того, общепринятая международная практика проведения аудита требует применения Международных стандартов аудита (№ 220 «Контроль качества работы в аудите» и № 200 «Цель и общие принципы, регулирующие аудит финансовой отчетности»), а также Кодекса этики Международной федерации бухгалтеров-аудиторов. Кроме того, следует рассмотреть необходимость проведения обязательной аттестации профессиональных бухгалтеров и аудиторов в области МСФО и МСА.

Для подготовки финансовой отчетности по МСФО в рамках договора по оказанию услуг аудиторской фирмой МСФО допускают привлечение коллег из Международной ассоциации независимых бухгалтеров и консультантов, имеющих соответствующую международную квалификацию.

Планирование, организация и непосредственно аудит финансовой отчетности, составленной в соответствии с МСФО, осуществляются в соответствии с Федеральным законом «Об аудиторской деятельности» и Правилами (стандартами) аудиторской деятельности, утвержденными Правительством РФ.

В настоящее время назрела необходимость внести ряд поправок в Федеральный закон от «Об аудиторской деятельности», которыми аудиторским организациям, осуществляющим обязательный аудит финансовой отчетности, составленной в соответствии с МСФО, вменялось бы в обязанность применять Международные стандарты аудита (МСА), выпускаемые Международной федерацией профессиональных бухгалтеров. Необходимо также проанализировать возможность внесения поправок в иные законодательные и подзаконные акты, регулирующие ведение учета и составление финансовой отчетности, с целью выявления и устранения противоречий, возникающих при переходе предприятий и организаций к составлению финансовой отчетности в соответствии с МСФО.

## ОРГАНИЗАЦИЯ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОАО «СИБИРЬТЕЛЕКОМ»

Денисова А.А. - студент гр. ФК-22, Чубур О. В.- к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

ОАО «Сибирьтелеком» является крупнейшим оператором связи, осуществляющим свою деятельность в Сибирском Федеральном Округе. Наличие разветвленной сети филиалов предопределяет наличие ряда проблем связанных с организацией и осуществлением финансовой деятельности.

Головная компания в большинстве своем диктует «правила игры» своим филиалам. Речь идет о малых правах, делегированных в региональные филиалы, исключением их голосов при принятии решений. Довольно часто можно наблюдать, когда в регионах совместно с ключевыми руководителями головного офиса прорабатываются варианты решения вопросов, но затем в ультимативном порядке сверху спускается новый и часто неприемлемый по ряду причин план. В лучшем случае, это отбивает желание в дальнейшем проявлять инициативу и предлагать свое видение решения проблем.

Однако головная компания вынуждена идти на такие меры. Для того, чтобы минимизировать возможные растраты и хищения головная компания ставит жесткие рамки финансовой отчетности в отношении филиалов. Безусловно, для бизнеса в целом и компании, как единой организационной структуры, такие условия взаимоотношения центр-филиал являются наиболее приемлемыми. Правильно выстроенное горизонтальное и вертикальное взаимодействие финансово-экономических служб и отделов, организация финансовой отчетности позволяет максимально достоверно отследить потоки денежных средств и максимизировать отдачу от них.

Так же проблемой следует считать отсутствие мотивации выполнения основного показателя бюджета филиала - плана прибыли до налогообложения. Не смотря на выполненный показатель, расходы на инвестирование филиалу доведет головная компания. Размеры инвестиций не зависят от прибыли, полученной филиалом. Инвестиции предполагают централизованную программу, исходя из которой в целом по Сибирскому Федеральному Округу будет повышаться эффективность работы межрегиональной кампании. В итоге, инвестиционная деятельность филиала не может напрямую зависеть от выполняемых показателей: выручки от продаж, прибыли до налогообложения, от которых в автономном режиме складывалось бы жизнедеятельность филиала и региона в области развития средств связи. Прибыль МРК идет в первую очередь на развитие средств связи отстающих регионов: меняется оборудование, сети, внедряются новые услуги на новом оборудовании, проводится маркетинговое исследование рынка и т.д.

Рычагами мотивации для выполнения бюджета филиалом будут являться: мотивация оплаты труда сотрудников филиала, т.е материальное стимулирование - премиальная оплата труда, моральное – занятие одного из ведущих мест в рейтинге филиалов СФО за выполнение производственных показателей. Таким образом, проблемы филиалов, выполняющих высокие показатели по прибыли, выливаются в положительное влияние на развитие средств связи в экономически плохо развитых регионах, которые технически

развивают и подводят под общий уровень оснащенности, что предполагает повышение уровня рентабельности филиалов в данных регионах.

Предложение решения данной проблемы вряд ли существует: в государственном масштабе данная политика абсолютно неизбежна, правильна и понятна. Но для сотрудников филиалов, успешно работающих в своих регионах, где инвестиции на развитие сетей связи и внедрение новых услуг востребованы, необходимо учитывать какие материальные блага они потеряли при развитии сети в своем регионе. На сколько не возросла выручка от продаж услуг связи, на сколько возможно было бы увеличить заработную плату сотрудникам своего филиала в зависимости от полученной прибыли, расширить их социальный пакет, увеличить внебюджетные расходы на персонал, т.е. на то, что является основным вопросом мотивации труда. Управлять маленьким предприятием, успешно развивающемся на рынке, гораздо проще нежели предприятием, охватывающим целый федеральный округ. Для решения этой задачи в ОАО «Сибирьтелеком» ежегодно приглашаются известные аудиторские и консалтинговые организации, позволяющие найти правильные пути решения в развитии услуг связи и их увязок с мотивацией труда персонала общества. ОАО «Сибирьтелеком» успешно развивается на рынке, является монополистом в области предоставления услуг связи в Сибирском Федеральном Округе и постоянно ищет новые формы работы по улучшению своей производственной деятельности.

Проблемой финансового управления в рамках финансовой политики также является несоблюдения некоторых общих принципов организации финансов в коммерческой организации:

Принцип координации планов отдельных филиалов не соблюдается в случае невыполнения плана по валовой выручке, плана продаж отдельного взятого филиала МРК. Снижается выручка в целом по обществу, соответственно, имеет место дефицит бюджета, который в свою очередь выльется в неполное финансирование другим филиалам.

Как способ выхода из данной проблемы можно предложить создание резервных фондов безопасности предприятия в случае образовавшегося дефицита бюджета.

В принципе «участие в финансовом планировании» могут выявляться риски, определяемые степенью подготовленности и квалификации персонала, так как каждый специалист становится участником плано-экономической деятельности, т.к. на основании заявок отделов, служб и структурных подразделений филиала создаются финансовые планы и платежные календари филиалов.

Из-за некорректно поданных заявок на финансирование: упущенных платежей по действующим договорам, неучтенных для текущей производственной деятельности товарно-материальных ценностей и т.д., - искажаются объемы финансирования, которые повлекут за собой срывы поставок товаров и услуг.

Для решения данной проблемы необходимо постоянное повышение квалификации сотрудников компании. Проводить учебу, семинары, организовывать занятия в тренинг-центрах, обмениваться опытом между филиалами и руководителями служб и отделов.

Проблемой в выполнении принципа «обеспечения платежеспособности»: планирование денежных средств должно обеспечиваться платежеспособностью предприятия в любое время года, - является дебиторская задолженность филиала. Одной из главных проблем предприятия является предопределенной наличие дебиторской задолженности за предоставленные услуги связи. Дебиторская задолженность имеет сезонный характер, возрастает в начале финансового года, так как бюджетные организации получают более полное финансирование к концу I квартала. На платежи, собираемые от населения косвенно влияют календарные общегосударственные праздники в январе и в мае, также снижается оплата услуг связи в период летних отпусков июль-сентябрь. Рост дебиторской задолженности также влияет на объемы финансовых потоков, направляемых в филиалы. Однако клиентская задолженность в филиалах имеет разную степень оборачиваемости, что характеризует разную работу филиалов по сбору денежных средств за оказанные услуги.

Для оптимизации сбора денежных средств и формированию денежных потоков для обеспечения платежеспособности предприятия необходимо установить личную ответственность руководителей филиалов за выполнение макропоказателей по оборачиваемости дебиторской задолженности. Личная заинтересованность исполнителей приведет к усилению платежной дисциплины абонентов, т.е. более эффективной политике взыскания дебиторской задолженности.

## ИНФОРМАЦИОННАЯ ТРАНСПАРЕНТНОСТЬ В КОРПОРАТИВНОМ УПРАВЛЕНИИ В РОССИЙСКИХ БАНКАХ

Дитятев А.В. – студент, Книга А.С. – к.э.н., доцент

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Вопросы корпоративного управления в банковской сфере занимают одно из ключевых мест – в конечном счете, именно от эффективности управления зависит будущее отечественной банковской системы. Система корпоративного управления должна обеспечивать различным категориям заинтересованных пользователей своевременное и точное раскрытие предусмотренной законодательством информации по вопросам, касающимся деятельности кредитной организации, включая данные о ее финансовом положении, структуре собственности и управления.

Корпоративное управление – это, прежде всего система взаимоотношений между руководством компании, советом директоров, акционерами и иными заинтересованными сторонами, основа для определения целей компании, их достижения и контроля за деятельностью. Корпоративное управление должно создавать заинтересованность, как со стороны совета директоров, так и руководства компании в следовании общим целям, отвечающим интересам компании и ее акционеров.

При неукоснительном соблюдении принципов, рекомендованных Базельским комитетом, при построении системы корпоративного управления банк способен не только существовать, но и эффективно развиваться, при этом не опасаясь контроля со стороны инспектирующих органов, регулярно анализирующих качество корпоративного управления подотчетных ему кредитных организаций.

Кредитные организации оказываются в более сложной ситуации при разработке систем корпоративного управления по сравнению с промышленными предприятиями или торговыми организациями. Это объясняется более сложной взаимосвязью собственников и менеджеров.

Проблема заключается в низком уровне раскрытия информации российскими банками о корпоративном управлении по сравнению с международной практикой.

В основе данного вопроса лежит неравномерность распределения информации между участниками корпоративных отношений. В то же время банки являются финансовыми посредниками и имеют относительно низкий, по сравнению с нефинансовыми компаниями уровень доли собственных средств в пассивах.

Вопрос прозрачности информации для любой организации актуален, но для кредитной организации он встает особенно остро. Это связано с тем что, банк, с одной стороны, должен быть максимально прозрачен для своих клиентов, партнеров и инвесторов для обеспечения высокого уровня доверия и создания положительной деловой репутации, но в то же время необходимо соблюдать баланс открытости, чтобы минимизировать возможные риски и оставаться конкурентоспособным на рынке банковских услуг.

Прозрачность – важнейшее условие для надлежащего и эффективного корпоративного управления, т.к. акционерам банка, другим заинтересованным лицам и участникам рынка трудно эффективно осуществлять контроль за деятельностью банка и надлежащим образом требовать ответственности от совета директоров и менеджеров высшего звена, если отсутствует прозрачность. Такая ситуация складывается, если акционеры, другие

заинтересованные лица и участники рынка не получают достаточно информации о структуре собственности и целях банка, на основе которой можно судить об эффективности деятельности совета директоров и менеджеров высшего звена в управлении банком.

Тем не менее, не следует забывать, что прозрачность (прозрачность) тесно взаимосвязана с уровнем риска, так как банковский бизнес влечет за собой повышенную рискованность пассивов и высокорискованную зависимость банков от доверия клиентов.

Банковский риск – опасность потерь, вытекающих из специфики банковских операций, осуществляемых кредитными учреждениями, которая выражается неопределенностью и вероятностью потери прибыли и возникновения убытков вследствие ухудшения экономической ситуации в стране, неплатежей по выданным кредитам, изменения котировок ценных бумаг, динамики процентных ставок, сокращения ресурсной базы, осуществления выплат по забалансовым операциям.

В кредитной организации оценка рисков корпоративного управления может проводиться как внешними организациями, так и внутренними структурами. Внешними участниками процедуры оценки могут являться аудиторские компании, рейтинговые агентства, независимые эксперты, государственный регулирующий орган. Внутри кредитной организации эту процедуру должен возглавлять член совета директоров руководящий комитетом по аудиту. Внутренними документами банка должна быть предусмотрена периодичность проведения такой оценки, форма и сроки обязательного доведения ее результатов до совета директоров и собрания акционеров (участников).

При изучении законодательства РФ, а также положений Банка России было выявлено, что банки на данный момент законодательно не обязаны раскрывать своим контрагентам информацию о системе корпоративного управления.

Вопрос открытости информации наиболее ярко освещен в исследованиях 2005 – 2006 гг. службы рейтингов корпоративного управления компании «Standard & Poor's».

Исследование компании «Standard & Poor's», проведенное в России в 2006 г., выявило положительную тенденцию. Ряд банков преодолел уровень «ниже среднего» и достиг показателя прозрачности 63 %. Средний показатель вырос с 36 % в 2005 г. до 48,3 % в 2006 г. Вопрос прозрачности информации был поднят на новый качественный уровень. Руководство банков начинает постепенно принимать во внимание тот факт, что экстенсивный рост заканчивается, а для качественного развития необходимы капиталовложения крупных инвесторов, которых, прежде всего, интересует вопрос о системе корпоративного управления в кредитной организации.

Вопрос прозрачности как никогда актуален для Алтайского края. Среди восьми действующих (имеющих лицензию) банков Алтайского края, только у четырех существует интернет-сайт и только у двух на сайте размещена информация, касающаяся корпоративного управления. Таким образом, можно сделать вывод о закрытости управленческой информации краевых банков для потенциальных клиентов и партнеров. Контрагенту практически невозможно узнать ни стратегические цели организации, ни ее состав совета директоров, ни устав, ни ознакомиться с финансовой отчетностью, ни с кодексом корпоративной этики. Уровень доверия близок к нулю и вполне логичным выглядит вопрос об источниках финансирования.

Ориентиром для обеспечения прозрачности может служить опыт передовых банков. На данный момент ситуация в мировой практике складывается таким образом, что средний уровень прозрачности составляет 85 %. Тройка лидеров состоит из «Дойче банк», «JP Morgan Chase» и «Bank of America», данные банки имеют результаты в интервале от 89 % до 88 %. Остальные банки имеют результат практически выше 80 %. Оцениваемые параметры «прозрачности» – это конкретный набор информации, которую банк не только должен раскрывать, но и, как правило, иностранные крупные банки ее и раскрывают. Если обратить внимание на блок раскрытия финансовой информации, иностранные банки по этому блоку получают результаты выше 90 %, приближаются к 100 %. Это то, что, действительно, эти

банки раскрывают для своих вкладчиков, для своих акционеров, потому что понимают, что инвесторам эта информация необходима.

На данном этапе развития банковской системы «прозрачность» российских банков является довольно низкой по сравнению с международным уровнем: 48,3 % - российские банки, 85 % - зарубежные кредитные организации.

Для совершенствования системы транспарентности необходимо уделить этому вопросу внимание на государственном уровне. Такая практика уже существует при оценке уровня рисков в банковской системе.

Так же необходимо изменить подход банков к формированию прибыли. На данном этапе развития банки используют экстенсивный рост, не уделяя должного внимания качественному развитию, для которого необходимо привлечение крупных инвесторов, заинтересованных в открытости информации о системе корпоративного управления.

Закрытость банковской системы останавливает ее развитие, для которого, прежде всего, необходимы крупные инвестиции. Инвесторы в свою очередь не заинтересованы вкладывать капитал в закрытую систему, тем самым, подвергая себя риску.

Банк России также заинтересован в «прозрачности» системы корпоративного управления кредитных организаций. Чем «прозрачнее» банк, тем проще его контролировать, тем проще процедура принятия решения о выдаче ему кредита, тем сбалансированней и надежней в целом вся банковская система.

Открытость банковской системы выгодна и конечному потребителю банковских продуктов – физическим и юридическим лицам. Так как уникальность банковского продукта заключается как раз в том, что отношения строятся на длительное время и большей частью они являются партнерскими, и очень редко строятся по принципу «продавец-покупатель».

Адекватное публичное раскрытие информации укрепляет дисциплину рынка и соответственно надлежащее корпоративное управление.

Раскрытие информации должно быть пропорционально размеру, сложности, структуре собственности, экономической значимости и характеру рисков банка.

## ГОСУДАРСТВЕННАЯ ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО БИЗНЕСА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Глебов А.В. – студент, Книга А.С. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Реформирование российской экономики актуализировало проблему развития малого бизнеса и повышения его роли в воспроизводственном процессе. Реализация экономического потенциала малых предприятий во многом зависит от возможностей и условий их государственного финансирования. Речь идет прежде всего о структуре финансовых источников, в которой важное значение имеет соотношение собственных и заемных средств. Для решения финансовых проблем малого бизнеса крайне важной является возможность привлечения финансовых ресурсов.

Теория и практика развития малого бизнеса в Алтайском крае свидетельствуют о том, что в этом процессе существенную роль играет активная поддержка государства, в особенности в период становления. Формы такой поддержки многообразны, но в Алтайском крае основными из них являются финансовая и информационная поддержка государства, а также взаимодействие органов государственной власти с предпринимательским сообществом, устранение административных барьеров в развитии предпринимательства и повышение престижа предпринимательской деятельности. Изучение динамики развития малого бизнеса в период реформы и влияния государственной финансовой политики на этот процесс в современных условиях обладает высокой практической актуальностью, поскольку воспроизводственный потенциал развития малого бизнеса и его государственной финансовой поддержки далеко не исчерпан. В то же время малый бизнес как в России, так и

в Алтайском крае, недостаточно изучен, не всегда адекватно оцениваются его возможности и потенциал в осуществлении российских реформ.

Состояние малого бизнеса – один из основных индикаторов качества экономической и социальной среды. Данная сфера в Алтайском крае набирает обороты.

По данным органов местного самоуправления на начало 2006 года в крае функционировало около 16 тыс. малых предприятий, на которых задействовано 128 тыс. человек. Индивидуальной предпринимательской деятельностью занимается 63 тыс. человек, у которых работают порядка 125 тыс. человек. Сформировался еще один вид малого бизнеса – крестьянские (фермерские) хозяйства. Их насчитывается около 5 тысяч. В этой сфере малого бизнеса трудится почти 16 тыс. человек. Безусловно, оценивать роль малого бизнеса в экономической жизни края необходимо не только по количеству действующих компаний, но и по их бюджетной отдаче, а также доле в валовом региональном продукте. Сегодня этот сектор демонстрирует устойчивое наращивание налогового потенциала. Каждый четвертый рубль в краевой бюджет приносят субъекты малого предпринимательства. Вклад малого бизнеса в валовый региональный продукт составляет более 18 процентов.

Важным критерием развития малого бизнеса является «плотность» малых предприятий в расчете на 100 тыс. населения. Край по этому показателю (около 600) относится пока к «средним» регионам (от 301 до 700). Но активно формируется потенциал для перехода в ближайшей перспективе на высокий уровень «плотности» (более 701).

Если говорить об отраслевой структуре малого бизнеса, то она изменяется незначительно. Наиболее конкурентными остаются предприятия торговли и общественного питания. По состоянию на начало 2007 г. в общем количестве субъектов малого бизнеса они составляют 50 процентов (на начало 2006 г. их было 51 процент). Пока еще недостаточно осваиваются реальные экономические ниши. В обрабатывающих производствах работают всего 14 процентов малых предприятий (было 13,9 процента). В строительстве задействовано 9 процентов (было 8,6 процента), в сельском хозяйстве – 7 процентов (было 5,9 процента). Транспортные и телекоммуникационные услуги оказывают 4 процента (было 3,9 процента).

Доминирующими направлениями в работе по укреплению «малого сектора» экономики в крае и его территориях остаются усиление взаимодействия органов власти с бизнес-сообществом, стимулирование предпринимательской инициативы к раскрытию потенциала саморазвития малого бизнеса.

Одной из важных составляющих развития предпринимательства является бюджетная помощь. В рамках реализации программы государственной поддержки малого предпринимательства в Алтайском крае в 2006 году выделялось 26 млн. рублей, из них 15 млн. рублей – на субсидирование банковской процентной ставки по привлеченным предпринимателями кредитам.

В минувшем году реализован механизм развития малых форм хозяйствования на селе. Им оказана финансовая помощь в рамках пилотного проекта «Микрокредитование сельских предпринимателей и домохозяйств». В ходе его реализации на частичное погашение банковской процентной ставки по оформленным займам направлено 2 млн. рублей.

Необходимо отметить, что не удалось использовать полностью средства краевого бюджета, выделенные в 2006 г. на финансовую поддержку малого бизнеса. Не освоено 1,5 млн. рублей. Прежде всего сказалось снижение Центробанком ставки рефинансирования. Повлияло и то, что очередной транш в 5 млн. рублей на субсидирование банковской процентной ставки для предпринимателей был направлен администрациям городов и районов в конце декабря.

Подписано соглашение о сотрудничестве в сфере развития малого предпринимательства с Банком ВТБ 24. Тем самым определена система оперативного кредитования инвестиционных проектов малых компаний.

Регион демонстрирует возможности и направления своего развития, в первую очередь – через участие в федеральных конкурсах. Минэкономразвития России признаны победителями четыре проекта Алтайского края по поддержке малого предпринимательства,

что обеспечило поступление из центра 95 млн. рублей. Краевая доля в софинансировании проектов составила 61,6 млн. рублей.

а) В числе первых был проект создания Алтайского бизнес-инкубатора. Он получил подкрепление из федерального бюджета в размере 23,3 млн. рублей.

б) На техническое перевооружение фермерских хозяйств из краевого бюджета выделено 23,2 млн. рублей, из федерального – перечислено 5,7 млн. рублей. Алтайский край стал единственным регионом, получившим поддержку по этой конкурсной заявке.

в) Подписан договор с Минэкономразвития России на совместную реализацию проекта «Субсидирование части банковской процентной ставки по кредитам, полученным субъектами малого предпринимательства». В рамках данного договора из федерального бюджета поступило 31 млн. рублей.

г) По проекту «Создание гарантийного фонда для субъектов малого предпринимательства» на формирование фонда из краевого бюджета планируется выделить средства в размере 15 млн. рублей, из федерального поступило 35 млн. рублей. Данные средства могут составить более половины залогового обеспечения по кредитам предпринимателей, что позволит привлечь на развитие малого бизнеса от 200 до 400 млн. рублей заемных средств.

Важное значение в укреплении малого бизнеса придается информационному сопровождению предпринимательской деятельности. В числе ключевых направлений такой работы – создание краевого Центра поддержки предпринимательства. На завершение его строительства в 2006 году освоено 10 млн. рублей, направленных из краевого бюджета. На площадях Центра поддержки предпринимательства размещен Алтайский бизнес-инкубатор, в котором для начинающих предпринимателей оборудованы 62 рабочих места. В бизнес-инкубаторе уже в 2007 году выделены помещения для 12 стартующих компаний, центра трансферотехнологий.

Взаимодействие органов власти и представителей «малого сектора» экономики адекватно современным нормам конструктивных отношений. На краевом уровне диалог с предпринимательским сообществом ведется через мероприятия, проводимые администрацией края совместно с Алтайской торгово-промышленной палатой, объединением работодателей «Союз промышленников Алтайского края», некоммерческим партнерством «Алтайский союз предпринимателей» и другими общественными объединениями.

Налажена системная работа Общественного совета по развитию предпринимательства при главе Администрации края, который стал дополнительным каналом информирования власти о процессах, происходящих в «малом секторе» экономики.

Более полное раскрытие потенциала предпринимательства сдерживается громоздкой и неэффективной системой согласований и разрешений, отсутствием координации действий органов местного самоуправления, контролирующих и надзорных органов. На сокращение ограничений в работе субъектов малого бизнеса направлена деятельность краевой Межведомственной комиссии по устранению административных барьеров в развитии предпринимательства. На заседаниях МВК рассматриваются принципиально важные, для предпринимателей, вопросы и определяются меры по решению проблем.

Одним из гарантов поступательного развития как региона в целом, так и его территорий в отдельности является формирование положительного имиджа предпринимательской деятельности. Оказывается влияние на формирование позитивного общественного мнения. Важным элементом такого влияния является организация публичных состязаний, соревнований среди субъектов малого бизнеса. В 2006 г. управлением впервые проведен краевой конкурс на звание «Лучший предприниматель года».

«Приоритетными направлениями социально-экономического развития Алтайского края на 2006-2008 годы» определена траектория дальнейшего повышения эффективности «малого сектора» экономики края на основе:

- формирования системы экономических, финансовых и иных мотиваций, обеспечивающих наиболее полное раскрытие потенциала малого бизнеса;
- осуществления комплекса мер по финансовой, имущественной, правовой, информационной поддержке предпринимательства;
- взаимодействия с объединениями предпринимателей;
- содействия укреплению инфраструктуры малого бизнеса.

Главной задачей развития предпринимательства в Алтайском крае на 2007 год является сбалансированность и систематизация действия органов власти и бизнес-сообщества, максимальная синхронизация развития малого предпринимательства с потребностями экономики и социальной сферы региона и его территорий.

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА АУДИТОСКИХ УСЛУГ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Головинова А.В. – студент, Ларионова И.А. – ст. преподаватель  
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Востребованность аудиторских услуг диктуют условия среды, окружающей современный бизнес: макроэкономические процессы (связанные, например, с интеграцией России в мировой рынок), действия властей и законодательство, намерения собственников, поведение потребителей. Будучи независимой, аудиторская деятельность способствует не только улучшению всей работы экономического субъекта, защищает интересы его собственников, но и стоит на страже интересов государства, соблюдения законов и нормативных актов.

Как и российский, региональный рынок аудита постоянно развивается. Что касается развития рынка аудиторских услуг в Алтайском крае, то первая аудиторская фирма «ИнАудит» была зарегистрирована 3 января 1991 года. В целом по стране на аудиторов, зарегистрированных в Сибирском регионе, приходится порядка 9 % рынка аудиторских и консалтинговых услуг. Большую роль в развитии регионального аудита сыграла экспансия федеральных компаний. Рейтинг возглавляет столичная «Руфаудит Альянс» - деятельность на территории Сибирского федерального округа принесла ей 35 млн. руб. В Сибирском регионе центром аудита является Новосибирск, где сконцентрирована существенная часть выручки сибирских аудиторов (44 %). Поэтому закономерно, что на втором и третьем местах рейтинга также располагаются новосибирские компании – «ГидАудит» с 21 млн. руб. выручки и «Люди дела» с выручкой 16 млн. руб.

По данным Института профессиональных бухгалтеров и аудиторов Алтайского края, на сегодняшний день в крае насчитывается порядка 80 аудиторских организаций. За последнее время на рынке региона практически не появилось новых аудиторских фирм т.к. в целом по России и Алтайскому краю он полностью сформировался. Значительное количество аудиторских организаций в свою очередь свидетельствует о том, что на рынке края преобладает большое количество средних и мелких аудиторских организаций. Так из алтайских аудиторских организаций по итогам 2006 года ни одна не вошла в 150 крупнейших компаний по стране, опубликованных журналом Эксперта-РА. А среди аудиторских компаний Сибирского региона алтайские аудиторские компании «Консалта» и «Де-Конс» занимают только 26 и 29 места в 30-ке крупнейших, с суммарной выручкой 2,3 и 1,5 млн. руб. соответственно.

В настоящее же время на рынке региона наблюдается такая положительная тенденция, как совершенствование качества и дифференциация портфеля оказываемых аудиторских услуг. Предприятия приводят в порядок финансовую отчетность, отлаживают бизнес-процессы, что качественно меняет спрос на аудиторские услуги и усиливает его: заказы становятся менее стандартными, более комплексными.

Что касается структуры портфеля аудиторских услуг, то для региональных аудиторских организаций основной услугой является осуществление общего аудита. И если для

российских аудиторских организаций его доля составляет 86 %, то для алтайских – 95 %. В Алтайском крае в 2006 году этот сегмент продемонстрировал рост в 73,5 %, а невысокая в 2005 году доля инвестиционного аудита уменьшилась еще на 20,6 %. Более низкая доля общего аудита в портфелях российских аудиторских организаций объясняется их большей дифференциацией за счет стремительного роста банковского и инвестиционного аудита, наблюдающегося в стране, в то время как для подавляющего большинства региональных компаний общий аудит по-прежнему остается ведущим, а порой и единственным видом деятельности.

В Алтайском крае из анализируемых 12 крупнейших аудиторских фирм региона в ходе анализа было выявлено, что все фирмы проводят аудиторские проверки и осуществляют общий аудит, страховой аудит осуществляют только 3 фирмы (23 %), а банковский – только 4 фирмы (30 %). Проведенный анализ свидетельствует о том, что банковским и страховым аудитом у нас в крае занимаются только крупные компании или их региональные представительства.

Рост инвестиционного аудита легко объясняется бумом на российском фондовом рынке. Так за последние два года объем инвестиций в российскую экономику вырос более чем в три раза и составил в 2006 году около \$120 млрд. Существенно вырос рынок ПИФов и других инвестиционных услуг. Поэтому и российские, и иностранные инвесторы с целью минимизации инвестиционных рисков привлекают опытных аудиторов и консультантов для сопровождения совершаемых сделок.

В основе же роста банковского аудита причины скорее не экономические, а бюрократические. Большинство кредитных организаций сейчас вынуждены проходить как минимум два обязательных аудита - по международным стандартам финансовой отчетности (МСФО) и по российским стандартам бухгалтерского учета (РСБУ), что, и вызвало более чем двукратный рост в этой сфере аудита.

В Сибирском регионе по данным Эксперт-Ра из 30 крупнейших аудиторских фирм региона услуги по инвестиционному аудиту оказывают лишь 7 компаний, по банковскому - 4, а страховому – 3. Совокупный же объем таких услуг составляет немногим более 8 млн. руб. Проблемы развития этих видов аудита в регионах связаны во многом с тем, что они занимают довольно узкий сегмент рынка, основная доля которого принадлежит столичным и международным аудиторским фирмам.

Постепенный же переход алтайских предприятий на международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) еще не сильно отражается на региональном рынке, равно как и финансовый консалтинг, аудит со стороны инвестиционных, банковских и страховых компаний. В Сибири выручка участников от оказания услуг по МСФО в 2006 году составила 20,2 млн. руб. Спрос предъявили 128 компаний, прежде всего предприятия промышленных отраслей и сфер народного хозяйства, на которые приходится основная часть выручки (91 %), а также инвестиционные и страховые компании и банки. В Алтайском же крае при этом подобного рода услуги оказывают всего 2 аудиторских организации, являющиеся региональными представителями крупных московских компаний «Руфаудит» и «Инаудит – Алтайская компания». Однако трансформация отчетности, аудит и консультационные услуги, связанные с переводом предприятий на международные стандарты, несомненно, очень перспективное направление для региональных аудиторско-консалтинговых компаний.

Что касается портфеля заказов аудиторов по отраслям, то основную долю в портфеле аудиторских организаций Сибирского региона имеют стройиндустрия и торговля (15,3 % и 14,7 % соответственно), машиностроение и металлообработка (11 %). Самый большой прирост в использовании аудиторских организаций дал реформирующийся сектор электроэнергетики – 673 %. Ее доля в выручке от аудита увеличилась с 2 % до 8 %. По России специфика рынка несколько иная: активный спрос на аудиторские услуги предъявляли в основном предприятия торговли (доля в выручке 13,5 %) и машиностроительного комплекса (11,3 %). На третьем месте по объемам доходов аудиторов электроэнергетика (7 %). Двигателем расширения этого сегмента служит продолжающееся

реформирование РАО "ЕЭС России", выделение генерирующих, энергосбытовых, транспортных и других подразделений в самостоятельные бизнесы. В текущем году аудиторские и консалтинговые услуги в сфере энергетики растут, по утверждениям участников рынка, ускоренными темпами.

Что касается стремительных темпов развития рынка аудиторских услуг в Алтайском крае, то, равно как и в России, за последние 2-3 года они значительно снизились. Основная причина - высокая конкуренция в сфере общего аудита, поскольку большинство компаний научились оказывать ее качественно. Множество небольших аудиторских организаций на рынке Алтайского края сталкиваются с непростой для них ситуацией: с одной стороны на Алтайский рынок наступают столичные аудиторские компании, с другой - число местных конкурентов также велико. Поэтому данную проблему алтайские аудиторские компании решают путем резкого снижения стоимости аудиторских услуг, активного расширения штата сотрудников с целью увеличения количества заказов. Подобные решения аудиторских компаний сказываются на снижении качества и достоверности выдаваемых аудиторских заключений, поскольку порой аудиторская проверка как таковая и не проводится вовсе. Такая тенденция в конечном счете должна привести к сильной поляризации рынка, укрупнению аудиторско-консалтинговых групп, поскольку клиенты, действительно нуждающиеся в качественных услугах аудиторов, будут готовы платить любые деньги за гарантию качества проверки, опасаясь дешевых подделок под аудит.

Однако нельзя не отметить и проблемы рынка аудиторских услуг как у нас в стране, так и в регионе. В настоящее время официально в России существует примерно 8,5 тысячи аудиторских фирм, а реально работают порядка 5 тысяч. В Минфине РФ зарегистрировано около 30 тысяч аудиторских аттестатов, а на практике этим видом деятельности занимается не больше 20 тысяч человек. Таким образом, очевидно, что в нашей стране очень много «серого» аудита. Фирмы-однодневки за относительно небольшую плату фактически торгуют аудиторскими заключениями, которые создают видимость финансового благополучия заказчика. Поэтому в последнее время в Правительстве все чаще обращаются к идее передать часть государственных полномочий за деятельностью аудиторов саморегулируемым объединениям (СРО). Реакция на предполагаемое введение закона у многих неоднозначна. Если убрать с рынка аудиторских услуг такие «фиктивные» аудиторские компании, то требования Минфина по количеству членов каждого СРО 3 тысячи физических лиц и 1,5 тысячи юридических лиц приведут к абсолютной монополизации рынка аудиторских услуг. Все саморегулируемые организации скорее всего будут находиться в Москве, а значит взносы за членство будут очень солидными. В результате себестоимость услуг резко возрастет, соответственно, вырастут и цены. В случае принятия предлагаемых поправок алтайский рынок покинет от 50 до 60 % аудиторских компаний, поскольку из 80 имеющихся на алтайском рынке активно действуют примерно 25, остальные занимаются аудитом от случая к случаю или обслуживают преимущественно одно предприятие.

Подводя итоги, следует отметить, что в ближайшем будущем рост рынка аудиторско-консультационных услуг приведет к ужесточению конкуренции, и будет способствовать вхождению мелких фирм в состав крупных аудиторско-консалтинговых групп, что первоначально отразится на рынках аудиторских услуг в регионах. В масштабах страны ожидается, что крупные международные аудиторские фирмы займут на российском рынке доминирующие позиции, как и в других странах, в то время как российские аудиторские фирмы смогут обслуживать в основном только средний и мелкий бизнес, при этом крупные российские аудиторские фирмы будут поглощены или войдут в состав международных аудиторских фирм, что вполне укладывается в общую тенденцию «глобализации» экономики. Что касается структуры портфеля аудиторских фирм, то ожидается, что со временем доля инициативного аудита возрастет, хотя его соотношение с обязательным аудитом практически сохранится в следствии того, что все больше российских компаний, попадает под проведение данного вида аудита в связи с ростом выручки от реализации.

Касаемо общего аудита, следует отметить, что его доля в структуре услуг постепенно должна сократиться в связи со стремительным ростом других видов аудиторских услуг. Таким образом, ожидается значительное увеличение аудиторских проверок отчетности по МСФО, а также рост доли аудиторских проверок в области банковского, страхового и инвестиционного аудита в структуре портфеля аудиторских услуг компаний в связи со вступлением России в ВТО, интеграцией мировой экономики.

## ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА ТОРГОВЫХ СКИДОК

Именова М.Р. – студентка, Кузьмичева Е.В. – доцент  
Алтайский государственный Технический университет (г. Барнаул)

Торговая скидка - это сумма, на которую снижается продажная цена товаров, реализуемых покупателю при условии выполнения им определенных условий, необходимых для получения скидки.

Скидки, предоставляемые продавцом покупателю, следует разделить на две следующие группы:

- скидки, предоставляемые продавцом покупателю путем пересмотра цены товара, отраженной в договоре купли-продажи;
- скидки в форме бонуса, премии, вознаграждения и пр., предоставляемые продавцом покупателю без изменения цены единицы товара.

1. Скидки, предоставляемые продавцом покупателю путем пересмотра цены товара, отраженной в договоре купли-продажи

Главой 27 ГК РФ регламентируются понятие и условия договора. Изменение цены товара после заключения договора допускается в случаях и на условиях, предусмотренных им. В большинстве случаев изменение цены договора связано с маркетинговой политикой организации - поставщика товаров (работ, услуг), когда цена товара ставится в прямую зависимость от объема закупок, условий оплаты и других критериев, т.е. покупателю предоставляется скидка на приобретенный товар. Особенностью изменения цены товара в договоре (получения скидки) является ее двухсторонний характер, что отличает ее от иных видов, таких, как прощение долга, дарение и т.д.

В случае предполагаемого изменения цен (предоставления скидок) организации рекомендуется закрепить это в своей маркетинговой политике.

Порядок отражения изменения цены, указанной в договоре, или предоставляемой скидки в налоговом и бухгалтерском учете продавца и покупателя, прежде всего, зависит от момента изменения этой цены, которое может осуществляться в момент реализации товара или после реализации товара. Наиболее предпочтителен вариант предоставления скидки покупателю с изменением цены за единицу товара непосредственно в момент реализации. Например, как только продавец определил, что по условиям договора покупателю полагается скидка, он предоставляет ее на отгрузку и выписывает документы (товарные накладные, счета-фактуры и др.) с учетом скидки.

Однако для целей налогообложения принимается цена товара, указанная сторонами сделки. Кроме того, выручка от реализации определяется исходя из всех поступлений, связанных с расчетами за реализованные товары (работы, услуги) или имущественные права. Поэтому при предоставлении скидки непосредственно в момент реализации в налоговом учете продавец отражает реализацию товаров по цене с учетом предоставляемой скидки.

В целях исчисления НДС сумму выручки определяют с учетом скидки. Поэтому при предоставлении скидки непосредственно в момент реализации (отпуска товара покупателю) данные бухгалтерского учета по начислению НДС и книги продаж продавец будет формировать на основании отгрузочных документов, счетов-фактур, составленных с учетом предоставленной скидки.

Таким образом, предоставление скидки в момент реализации исключает необходимость внесения исправлений в первичные документы, учет и книгу продаж.

Покупатель в налоговом учете отражает приобретенный товар исходя из цены его приобретения с учетом скидки согласно п. 2 ст. 254 НК РФ. Поскольку при предоставлении скидки продавец уменьшает сумму НДС, предъявленную покупателю, то соответственно, покупатель уменьшает сумму НДС, предъявляемую к вычету.

Следует отметить, что статья 40 НК РФ ставит условия, при наличии которых налоговые органы вправе проверять правомерность цены сделки. При предоставлении скидок существенными являются следующие условия:

- сделка осуществляется между взаимозависимыми лицами;
- отклонение цены более чем на 20% в сторону понижения или повышения от уровня цен, применяемых по идентичным (однородным) товарам (работам, услугам) в пределах непродолжительного периода времени.

Следовательно, если торговая организация продает товары со скидками собственным работникам, отдельным клиентам либо представляет скидки более чем на 20% от уровня цен обычно применяемых в пределах небольшого периода времени, налоговые органы вправе проконтролировать правильность применения цен по сделке и доначислить, в случае необходимости, налоги.

Случай предоставления скидок с обычной цены товара отдельно указываются при установлении правил исчисления рыночных цен. В соответствии с п.3 ст.40 НК РФ при определении рыночной цены товара «учитываются обычные при заключении сделок между взаимозависимыми лицами... скидки». При этом устанавливается, что « в частности, учитываются скидки, вызванные:

- сезонными и иными колебаниями потребительского спроса на товары;
- истечением (приближением даты исчисления) сроков годности при реализации товаров;
- маркетинговой политикой, в том числе при продвижении на рынки новых товаров, не имеющих аналогов, а также при продвижении товаров (работ, услуг) на новые рынки;
- реализация опытных моделей и образцов товаров в целях ознакомления с ними потребителей».

При формулировке данной нормы в НК РФ используется оборот «в частности учитываются», из чего можно сделать вывод о том, что приведенный перечень видов скидок не является закрытым.

Иными словами, при предоставлении (получении) скидки цена продажи (приобретения) товаров для целей налогообложения исчисляется с учетом скидки, если налоговыми органами не будет доказано несоответствие цены со скидкой уровню рыночных цен на данные товары. Доказать такое несоответствие крайне сложно.

Остановимся на исчислении НДС и оформлении первичных документов в случае скидок, предоставляемых продавцом после реализации товаров. Налоговая база по НДС при продаже товаров исчисляется как стоимость этих товаров, исчисленная исходя из цен, определяемых согласно ст. 40 НК РФ. При реализации товаров (работ, услуг) покупателю выставляются соответствующие счета-фактуры. В связи с перерасчетом суммы НДС, предъявленной покупателю товаров, продавец вносит изменения в выставленные ему счета-фактуры, выписанные на дату реализации товаров. В счетах-фактурах изменяется цена одной единицы товара и стоимости отгрузки (продажи) в целом. Организация, произведя пересчет налоговых обязательств по НДС, вправе представить в налоговые органы уточненные декларации по НДС за тот налоговый период (месяц), в котором начислен НДС с выручки от реализации соответствующих товаров, с цены которых предоставлена скидка. Исправления, внесенные в счета-фактуры, должны быть заверены подписью руководителя и печатью организации-продавца с указанием даты внесения исправления.

Возможен вариант, когда продавец в конце периода, за который предоставлена скидка, оформляет на имя покупателя отдельный кредит-ноту (акт) и счет-фактуру на сумму

предоставленной скидки. Все суммы в этих документах продавец проставляет со знаком "минус". Указанный способ оформления скидки на ранее отгруженный товар менее трудоемок, однако может привести к налоговым спорам и судебным разбирательствам. Налоговые органы далеко не всегда признают "отрицательные" счета-фактуры, обосновывая это тем, что в НК РФ о таких счетах-фактурах ничего не сказано. Однако возможные претензии со стороны налоговых органов не имеют реальных законных оснований.

Единственный риск возникает у организации при указанном оформлении документов в связи с тем, что при проведении налоговыми органами встречных проверок организация не может доказать факт оформления счета-фактуры на сумму скидки в двух экземплярах и предъявление (передачу) одного экземпляра покупателю. Однако этот риск устраним. В связи с этим можно рекомендовать "отрицательные" счета-фактуры передавать покупателю вместе с сопроводительным письмом, один экземпляр которого с отметкой покупателя о получении документов хранить у себя в качестве подтверждающего документа.

Для целей налогового учета с 1 января 2006 г. скидки, предоставленные с учетом изменения цены после реализации относятся к внереализационным расходам.

При этом следует учитывать, что порядок составления и представления уточненной декларации за соответствующий налоговый период зависит от того, как оформлены документы.

2. Скидки в форме бонуса, премии, вознаграждения и пр., предоставляемые продавцом покупателю без изменения цены единицы товара

Предоставляя скидки в форме бонуса и пр., организация-продавец освобождает покупателя от имущественной обязанности оплатить приобретенные ценности в размере установленного в договоре процента от общей суммы, проданных покупателю товаров. Такая скидка рассматривается в качестве освобождения от имущественной обязанности перед продавцом, что является безвозмездной передачей той части товара, которая не оплачена покупателем или, если на момент предоставления скидки товар полностью оплачен, уменьшение дебиторской задолженности на сумму скидки (премии).

В силу изменений с 1 января 2006 г. торговая скидка в виде премии (бонуса и пр.) может отражаться в составе внереализационных расходов у поставщика, на ту же сумму она отражается в составе внереализационных доходов у покупателя. Причем продавец принимает внереализационный расход в виде торговой скидки и уменьшает налогооблагаемую базу по налогу на прибыль, а покупатель, отразив в учете полученный доход, начисляет с него налог на прибыль по ставке 24%.

Безвозмездная передача товара у продавца также облагается НДС. Продавец в счетах-фактурах и товарных накладных вправе предъявить покупателю только сумму НДС, приходящуюся на стоимость товара, подлежащую фактической оплате. В связи с этим скидка в форме бонуса, премии, прощения долга (без уменьшения цены каждой единицы товара) у продавца не уменьшает ранее исчисленную налоговую базу по НДС.

Сумма НДС по приобретенным товарам корректировке не подлежит, так как НДС был предъявлен продавцом покупателю на основании требований ст. 168 НК РФ.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что у продавца для целей налогового и бухгалтерского учета скидки классифицируются по-разному, однако, при всех условиях, сумма прибыли, получаемой от реализации, будет одинаковой. Для покупателя при возможности выбора скидки, нужно все детально просчитать и продумать: при каких бонусах, премий и скидках, покупатель понесет наименьшие затраты на приобретение продукции (работ, услуг), и следовательно, сэкономит денежные средства.

## ТРАНСФОРМАЦИЯ ОТЧЕТНОСТИ ПО РОССИЙСКИМ СТАНДАРТАМ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ОТЧЕТНОСТЬ ПО МСФО

Иванов М.А. – студент, Кузьмичева Е.В. – доцент  
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Одной из важнейших тенденций, сопутствующих глобализации экономики, является унификация стандартов финансового учета и отчетности в различных странах.

Все больше российских предприятий принимают решение о составлении отчетности по МСФО. Для достижения этой цели существует несколько путей, основные из которых – трансформация национальной отчетности и ведение параллельного учета. Какой вариант выбрать – зависит от потребностей и возможностей конкретной компании.

На начальном этапе важно достичь понимания стратегических вопросов подготовки отчетности по МСФО, от которых будет зависеть осуществление процесса трансформации:

- каких целей предполагает достичь компания, составляя отчетность по МСФО;
- кто будет основными пользователями отчетности;
- существует ли минимальный срок, в течение которого первая отчетность по МСФО должна быть подготовлена;
- с какой периодичностью и в какие сроки предполагается формировать отчетность в дальнейшем;
- какими ресурсами компания обладает на текущий момент, позволяют ли они реализовать поставленную задачу;
- какие затраты компания готова понести, если за счет собственных ресурсов произвести трансформацию не представляется возможным.

Трансформация – это процесс подготовки финансовой отчетности в соответствии с требованиями МСФО, при котором отчетность, составленная на основе российских стандартов бухгалтерского учета (РСБУ), корректируется на суммы расхождения между требованиями МСФО и РСБУ.

Основные положительные характеристики:

- 1 отсутствие постоянных накладных расходов, связанных с ведением двойного учета;
- 2 не требуется мощная автоматизированная система.

Недостатки:

- 1 отсутствие оперативности — невозможность получения отчетности на любую дату;
- 2 зависит от знаний и умений работников — риск снижения качества корректировок, риск потери методики расчета корректировок при смене сотрудников;
- 3 меньшая точность, т.к. корректировки, как правило, рассчитываются на статью, а не на каждую операцию

Основными этапами трансформации являются:

- сбор необходимой информации;
- заполнение таблиц трансформации;
- проведение корректирующих проводок;
- проверка корректировок;
- заполнение форм отчетности по МСФО
- проверка готовой отчетности;

Правильно и подробно составленный регламент трансформации значительно облегчает труд бухгалтеров. Данный процесс требует углубленного понимания специфики бизнеса и отражения операций в международной и российской отчетности. Теоретически он должен утверждаться руководством компании до того, как компания приступит к составлению отчетности по МСФО, однако на практике это происходит гораздо позже. Регламент трансформации описывает основные этапы и методику трансформации российской отчетности для получения отчетности по МСФО. Значительная часть регламента посвящается специфическим операциям международного учета и первично типовых корректировок.

Для того чтобы обеспечить правильный процесс трансформации необходимо подготовить базовые трансформационные таблицы. Компании необходимо определить форму трансформационной таблицы. Как правило, ее строки – это счета МСФО, а столбцы – разделы отчетности, по которым делаются отдельные трансформационные проводки.

Ежегодно следует анализировать принципы формирования и формат таблиц на предмет необходимости внесения изменений и дополнений, т.к. таблицы построены на основе стандартов, действующих в данный момент.

Трансформационные таблицы должны быть удобными и понятными. Лучше разработать к таблицам понятные инструкции по работе с ними, с описанием принципа их действия с целью снижения риска потери важных знаний. Большим риском являются слишком громоздкие или сложные таблицы. Таблица, сформированная с учетом специфики деятельности компании и содержащая необходимую аналитику, позволит избежать дополнительных временных затрат и уменьшит вероятность появления ошибок в отчетности.

При проведении трансформации сначала обычно определяются трансформационные корректировки и реклассификации по отдельным разделам, потом они обобщаются в виде таблицы, которая и называется трансформационной, проформой или пробным балансом. На ее основании можно составлять трансформационный баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет об изменениях в капитале и некоторые примечания к ним.

Корректировки – это обычные проводки, выполненные по принципу двойной записи, с помощью которых изменяются данные российской отчетности и устраняются различия по РСБУ и МСФО.

Для выполнения корректировочных проводок может потребоваться информация, не отраженная в отчетах РСБУ, в таком случае ее необходимо подготовить на основании первичных документов. Для наглядности отражения открываются вспомогательные субсчета.

Реклассификация — процесс переноса скорректированных остатков со счетов в российском Плане счетов на предлагаемый План счетов МСФО.

Процесс реклассификации решает следующие задачи:

1. достигается требуемая международными стандартами аналитичность представления данных;
2. облегчается составление бухгалтерского баланса при применении средств автоматизации
3. если компания в дальнейшем предполагает вести учет по МСФО, то в результате трансформации она получит начальное сальдо по счетам бухгалтерского учета.

На стадии анализа определяется соответствие (или несоответствие) отдельных разделов учетной политики компании требованиям и принципам МСФО.

Специалисты выделяют множество факторов, необходимых для успешного осуществления трансформации. Нужно осознавать, что этот процесс осуществления трансформации должен быть подчинен глобальной цели – получению отчетности, соответствующей требованиям МСФО, максимально прозрачной и достоверной, которая сформирует положительный имидж кампании в глазах пользователей.

## ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ОТЧЕТНОСТИ В НАЛОГОВЫЕ ОРГАНЫ ЧЕРЕЗ КОММУНИКАЦИОННЫЕ КАНАЛЫ СВЯЗИ

Карачарова Е.А – студент, Кузьмичева Е.В. – доцент  
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Бухгалтера современной организации уже невозможно представить без компьютера. Бухгалтерская система, справочно-правовая система, клиент-банк, электронная почта, Интернет – вот далеко не полный перечень программных средств и ресурсов, с которыми ему приходится работать ежедневно. С их помощью готовятся балансы и налоговые декларации, производятся платежи сверки, осуществляется поиск нужной информации.

Система представления налоговой и бухгалтерской отчетности в электронном виде по телекоммуникационным каналам связи рекомендована Федеральной налоговой службой и открывает качественно новый этап во взаимодействии налогоплательщиков и налоговых органов, обеспечивая надежный двухсторонний информационный обмен между ними.

Система позволяет предавать налоговые декларации, бухгалтерскую отчетность и иные документы, необходимые для исчисления и уплаты налогов и сборов, в электронном виде без дублирования на бумаге, используя обычный доступ к телекоммуникационным каналам связи, в том числе Интернет (статья 80 НК РФ, ФЗ «О бухгалтерском учете»).

Основой для построения всей системы электронной документации является Федеральный закон от 10.01.2002 №1-ФЗ «Об электронной цифровой подписи». Согласно ему, цифровая подпись в электронном документе признается равнозначной собственноручной подписи лица в документе на бумажном носителе, заверенном печатью. Это означает, что документ с ЭЦП имеет такую же юридическую силу, как и аналогичный бумажный.

Приказом МНС России от 02.04.02 № БГ-3-32/169 был утвержден Порядок предоставления налоговой декларации в электронном виде по телекоммуникационным каналам связи, который определяет общие принципы организации информационного обмена при использовании системы безбумажной технологии. Согласно Порядку формы налоговой и бухгалтерской отчетности в электронном виде, представленные в соответствии с требованиями законодательства, являются оригиналами, имеют юридическую силу, подлежат хранению в архиве юридически значимых документов и могут использоваться в качестве доказательств в суде, а также при рассмотрении споров в досудебном порядке. Все налогоплательщики получают подтверждение доставки отчетности в строгом соответствии с этим Порядком.

Методические рекомендации об организации и функционировании системы представления налоговых деклараций и бухгалтерской отчетности в электронном виде по телекоммуникационным каналам связи, утвержденные приказом МНС России от 10.12.02 № БГ-3-32/705, определяют точные регламенты действий сторон при обмене юридически значимыми электронными документами и протокол удаленного информационного взаимодействия между налогоплательщиком и налоговыми органом. На основании этого в системе электронного документооборота осуществляется формирование доказательной базы при сдаче налоговой отчетности и обмене неформализованными документами с налоговым органом.

Чтобы передавать по каналам связи налоговую и бухгалтерскую отчетность необходимо установить специальную программу. Она приобретается у специализированного оператора связи. Оператором связи может быть любая коммерческая организация, удовлетворяющая требованиям: наличие лицензии Минсвязи России и ФАПСИ, а также сертификаты программных продуктов и телекоммуникационной инфраструктуры. В настоящее время главный научно-исследовательский вычислительный центр (ГНИВЦ) ФНС России сертифицировал для использования спецоператорами около десятка различных прикладных систем. Общее количество спецоператоров по всем регионам превысило 150. Свои функции специализированные операторы выполняют на основе соглашений с налоговыми органами. Выбор оператора осуществляет региональное управление по налогам и сборам. Как правило, информация о них всегда вывешена на стендах налоговых инспекций и на их сайтах.

Кроме специальной программы оператор обеспечивает средствами криптографической защиты информации (средства СКЗИ) и ключами ЭЦП. Это комплекс аппаратно-программных средств (шифрование и электронная цифровая подпись), обеспечивающих защиту информации в соответствии с утвержденными стандартами и сертифицированных в соответствии с действующим законодательством. Использование ЭЦП документа и СКЗИ обеспечивает *сохранение конфиденциальности переписки, однозначность идентификации налогоплательщика, приславшего файлы отчетности, защиту файлов отчетности от несанкционированных исправлений.*

Всю технологию передачи отчетности можно разбить на несколько этапов. Начинается она с формирования той отчетной формы, которую вам необходимо пересылать. Отправляемый документ должен соответствовать утвержденному формату. В программном

комплексе эти формы уже сформированы. При этом налогоплательщику гарантируется своевременное обновление всех вновь выходящих форм. Поэтому на первоначальном этапе задача бухгалтера – заполнить поля декларации. Программа сама производит подсчеты и автоматически контролирует правильность заполнения форм. Затем документ подписывается ЭЦП, зашифровывается и отправляется в инспекцию.

После отправки отчетности от оператора связи приходит документ, заверенный ЭЦП. В нем указывается дата и время отправки каждого конкретного файла отчетности. Такой документ специализированного оператора можно сравнить с почтовым штемпелем на конверте при отправке отчетности через почту. Как только организация получила от оператора подтверждение, декларация считается представленной.

Инспекция принимает документ, расшифровывает его и проверяет подлинность ЭЦП налогоплательщика. В течение суток (без учета праздничных и выходных дней) из инспекции должно прийти подтверждение о доставке. Она направляет организации квитанцию о приеме отчетности и протокол входного контроля. Эти документы можно сравнить со штампом «получено» или подписью налогового инспектора на втором экземпляре декларации.

Квитанция о приеме представляет собой тот же файл отчетности, который передавался. При этом он подписан уже двумя ЭЦП: отправителя и налоговой инспекции. Такой документ должен храниться в архиве сторон. А в протоколе указывается, что декларация прошла входной контроль. Если же поступила информация, что такой контроль не пройден, то это свидетельствует о каких-то ошибках при формировании отчетности. Их нужно исправить и направить файл повторно.

Формы отчетности, представленные по каналам связи считаются оригиналами, имеют юридическую значимость, подлежат хранению и могут использоваться в качестве доказательств в суде. Сдавать в этом случае бумажные экземпляры отчетности не нужно.

Подводя итоги, рассмотрим аргументы «за» и «против» передачи отчетности по телекоммуникационным каналам связи:

Аргументы «против»:

- Нужно оплачивать услуги оператора связи;
- Могут произойти «сбой в программе», от которых не застрахован ни один бухгалтер. Хотя, в подобных случаях проблемы должны решать службы технической поддержки оператора;
- По Интернету не предоставляется отчетность в такие структуры как ПФР, ФССР, Росстат.

Аргументы «за»:

- Экономия времени бухгалтера. Сдача отчетности осуществляется с его рабочего места в течение нескольких минут без последующего дублирования документов на бумажном носителе. При этом отправить отчетность можно круглосуточно и без выходных. Таким образом, в последний день сдачи отчетности отправить файлы можно до 24 часов;
- Плату за подключение и абонентскую плату можно списать на затраты, а НДС принять а вычету;
- Гарантированное подтверждение доставки отчетности, которое имеет юридическую силу в спорных ситуациях;
- Оперативное получение форм отчетности в случае их изменения или введения новых.

В настоящее время налоговую и бухгалтерскую отчетность через Интернет сдают около 6-8% общего числа юридических лиц в стране. В отдельных регионах, где внедрение систем представления электронной отчетности было начато уже давно, эта доля составляет 25% и продолжает расти. Поэтому имеются все основания полагать, что такой уровень распространения современных технологий документооборота в скором времени может быть достигнут повсеместно.

## УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «АЛТАЙЭНЕРГОДИАГНОСТИКА»)

Кривошеина И.А. – студент, Юсан И.П. – заместитель заведующего кафедрой  
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Оценка как процесс определения стоимости прав собственности на тот или иной объект известна давно. В России по мере становления рыночных отношений ситуации, в которых становится необходимым проведение оценки, стали возникать значительно чаще. В первую очередь бурный рост рынка отношений, купля-продажа промышленной недвижимости, а также машин и оборудования, разработка бизнес-планов инвестиционных проектов, банкротство, слияние и разделение предприятий, аукционы и конкурсы по продаже пакетов акций предприятий и масса других ситуаций, возникающих в хозяйственной практике, сформировали потребность в достоверной оценке тех или иных объектов собственности в каждом конкретном случае.

У каждого, кто задумывается реализовать свои права собственника, возникает много проблем и вопросов. Одним из основных является вопрос о стоимости собственности.

С этими проблемами сталкиваются предприятия, фирмы, акционерные общества, финансовые институты. Акционирование предприятий, развитие ипотечного кредитования, фондового рынка и системы страхования также формируют потребность в новой услуге – оценке стоимости объектов и прав собственности.

Но стоимость компании является объектом стратегического управления. И только сейчас многие высшие руководители начинают понимать, что в конечном итоге эффективность управления предприятием определяется не его ликвидностью или рентабельностью, не величиной прибыли, а увеличением "цены" бизнеса. Это значит, что грамотно управляемое предприятие со временем увеличивает свою стоимость, а, следовательно, величина стоимости является не только предметом фискальных интересов государства, но объектом стратегического планирования, мониторинга и управления[1].

Особенностью процесса оценки является ее рыночный характер. Это означает, что оценка не ограничивается учетом лишь одних затрат на создание или приобретение оцениваемого объекта. Она обязательно учитывает совокупность рыночных факторов: фактор времени, фактор риска, рыночную конъюнктуру, уровень и модель конкуренции, экономические особенности оцениваемого объекта, а также макро- и микроэкономическую среду обитания.

В российскую практику управления постепенно внедряется современная концепция управления предприятием – концепция управления стоимостью. В основу концепции положено понимание того факта, что для акционеров (владельцев) предприятий и организаций центральным вопросом является прирост их благосостояния, в результате функционирования объектов владения.

Внедрение системы достаточно продолжительный процесс, так западные специалисты оценивают его продолжительность в 2-3 года. Ниже мы рассмотрим основные этапы внедрения системы управления стоимостью на предприятии.

Этап 1-й	Этап 2-й	Этап 3-й	Этап 4-й	Этап 5-й
Определение точки отсчета- оценка рыночной стоимости предприятия.	Составление схемы факторов стоимости компании.	Создание системы оценки оперативных и стратегических управленческих решений.	Анализ вклада подразделений в стоимость компании.	Подготовка отчета с позиции управления стоимостью.
	Внедрение системы оперативного контроля над стоимостью активов.			

Этап 1-й: определение точки отсчета.

Первым шагом на пути к созданию системы управления стоимостью компании является определение стоимости организации в качестве точки отсчета. То есть, берется ближайшая прошедшая отчетная дата и на эту дату определяется стоимость компании. Не исключено,

что в последующем, в процессе разработки специфической оценочной модели для компании, стоимость на исходную дату, могут быть внесены поправки и уточнения, однако, именно в сравнении с данной величиной стоимости будут определять достижения компании.

Этап 2-й: определение основных факторов стоимости.

На стоимость компании оказывают воздействие различные факторы (факторы стоимости), в частности, ценовая политика компании, состояние производственных мощностей, уровень конкуренции в отрасли, надежность поставщиков, нормативные акты издаваемые государством, общеэкономическая ситуация в стране и т.п. Факторы стоимости можно разделить на две условные группы: внешние факторы (факторы, возникающие независимо от волеизъявления менеджмента компании, однако, это не означает, что наступление тех или иных событий нельзя было предвидеть и принять меры по минимизации негативных последствий) и внутренние (факторы, связанные с действиями менеджмента, отраслевой спецификой самого предприятия).

Этап 3-й: создание системы оценки оперативных и стратегических управленческих решений.

Безусловно, говоря о системе оценки оперативных управленческих решений, мы не подразумеваем, что низшее звено управления, принимая решения, будет производить сложные и трудоемкие вычисления, позволяющие определить, как измениться стоимость компании.

Этап 4-й: анализ вклада подразделений в стоимость компании.

Основная цель данного этапа выявить бизнес - единицы “создающие” и “разрушающие” стоимость. Если бизнес-единица разрушает стоимость компании, необходимо принять решение либо о разработке системы мероприятий, позволяющих сделать подразделение доходным, либо о продаже подразделения другой компании, либо о закрытии подразделения и распродаже активов.

Этап 5-й: подготовка отчета с позиции управления стоимостью.

Информация о результатах деятельности предприятия, пропущенная сквозь призму концепции управления стоимостью может через определенный промежуток времени предоставляться заинтересованным лицам, в частности акционерам. Естественно, это должна быть не разовая акция, а постоянно проводимая работа по увеличению информационной прозрачности предприятия. Поэтому, данная информация, может включаться отдельным блоком в отчет для акционеров, например в виде отдельной главы; а также быть постоянным спутником промежуточных докладов для владельцев компании. Таким образом, применение концепции управления стоимостью способно дать не только результаты, связанные с улучшением финансового состояния компании, но и одновременно увеличивает имидж компании в глазах, как собственных акционеров, так и потенциальных инвесторов компании [3,4].

Процесс оценки предполагает наличие оцениваемого объекта и оценивающего субъекта.

Субъектом оценки выступают профессиональные оценщики, обладающие специальными знаниями и практическими навыками. Объектом оценки является любой объект собственности в совокупности с правами, которыми наделен его владелец. Это может быть бизнес, компания, предприятие, фирма банк, отдельные виды активов, как материальных, так и нематериальных.

В международной профессиональной практике, которую используют и российские оценщики, выделяют три основных подхода для оценки стоимости предприятия: затратный подход, доходный подход, сравнительный подход.

При оценке с позиции доходного подхода во главу ставится доход как основной фактор, определяющий величину стоимости объекта. Чем больше доход, приносимый объектом оценки, тем больше величина его рыночной стоимости при прочих равных условиях.

Затратный подход наиболее приемлем для оценки объектов специального назначения, а также нового строительства, для определения варианта наилучшего и наиболее эффективного использования земли, а также в целях страхования.

Сравнительный подход особенно эффективен в случае существования активного рынка сопоставимых объектов собственности [1].

В итоге проведенных исследований, расчетов и заключений, автор сделал следующий вывод: рыночная стоимость ООО «Алтайэнергодиагностика» составляет 16 905,09 тыс. руб. (шестнадцать миллионов девятьсот пять тысяч девять) рублей.

Список использованных источников:

1. Оценка бизнеса: Учебник / Под ред. А.Г.Грязновой, М.А.Федотовой. 2-е издание – М.: Финансы и статистика, 2004г.
2. Ф.Д.Маренков, В.В.Демшин, Система управления стоимостью / журн. «Управление компанией» 2001г. - №4. [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)
3. В.Самохвалов, Как определить ключевые финансовые показатели стоимости? / журн. «Управление компанией» 2005г. - №5.
4. Е.В. Дубровская, директор ООО «Прайс», действительный член Российского общества оценщиков, г. Санкт-Петербург / Концепция управления стоимостью предприятия.

## ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ В ОБЛАСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КРЕДИТНЫХ РЕСУРСОВ

Мезенцев А. С. - студент гр. ФК-21, Чубур О. В.- к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

В современных условиях для устойчивого и успешного функционирования предприятий необходимо привлечение и использование кредитных ресурсов.

Необходимо четко проработать политику в области привлечения заемных средств для избежания негативных последствий. Поскольку нерациональное и необоснованное привлечение кредитных ресурсов в дальнейшем может негативно сказаться на финансовом состоянии предприятия.

Использование финансовой политики позволит предприятиям правильно выбрать форму и вид кредитов, избежать нерационального и необоснованного привлечения ресурсов.

Существует большое разнообразие способов привлечения кредитных ресурсов. Каждый способ привлечения заемного капитала имеет свою цену, стоимость, которую необходимо учитывать при выборе того или иного способа и формирования структуры заемного капитала. Так же немаловажное значение в выборе способа играет цель привлечения, поскольку от нее зависят условия привлечения.

Предприятия чаще всего используют следующие формы привлечения средств:

- коммерческий кредит;
- банковский кредит.

В последнее время распространение получили следующие виды привлечения средств:

- лизинг;
- факторинг;
- франчайзинг.

Плюсом коммерческого кредита является то, что покупатель получает необходимые ему товары или услуги, использует их и получает результат, а оплату за товар или услуги он делает позже, т.е. денежные средства задерживаются на предприятии. Но коммерческий

кредит имеет ограниченные возможности, так как на его предоставление идут не все предприятия и организации, опасаясь неоплаты поставленных товаров или услуг.

Ограниченность коммерческого кредита преодолевается банковским кредитом.

Цена банковского кредита, срок привлечения, обеспеченность кредита – зависят от целей, на которые привлекается кредит.

К отрицательным качествам банковского кредита относятся высокая ставка за использование средств, в некоторых случаях сложности в получении, обеспеченность кредита (к примеру, занижение залоговой стоимости имущества). Так же кредит имеет малую маневренность в использовании, поскольку имеет строго целевой характер, и за использованием кредита строго следит банк. За нарушение банк может выставить большие штрафы.

В основном средства привлекаются для пополнения оборотного капитала, на покрытие заработной платы, погашения ранее взятых кредитов. На долгосрочный период средства привлекаются реже. Это связано с высокими процентными ставками за кредит, возможность не возврата привлеченных средств, потери контроля.

Нерациональное привлечение банковских кредитов в дальнейшем может негативно сказаться на платежеспособности и независимости предприятия.

Что касается лизинга, то его использование дает возможность приобретения, модернизация основных фондов даже при отсутствии соответствующих ресурсов. Лизингополучатель не замораживает денежные средства на длительный период времени в основных фондах, а только ежегодно оплачивает их аренду, соответственно высвобождаются большие денежные ресурсы. Так же лизинг позволяет постоянно обновлять оборудование за счет аренды более современных, высокопроизводительных видов техники. Одновременно снижаются затраты и трудности, связанные с реализацией устаревших основных фондов, ненужных машин, инструментов и т.д.

К негативным же моментам лизинга относят высокая цена, которая бывает больше чем банковский процент, и строгие правила и штрафы в случаях нарушения договора со стороны лизингополучателя.

По сравнению с банковским кредитом факторинг является более простым, дешевым, и доступным источником. К явным плюсам факторинга можно отнести то, что можно сразу же получить до 90% от суммы полагающейся выручки, что гарантирует отсутствие дефицита оборотных средств. При использовании лизинга компания получает дополнительные преимущества перед конкурентами, устанавливая контрагентам более длительные сроки платежа (до 270 дней). Так же компания может переложить свою работу с дебиторами на другие «плечи», фактор делает проверку платежной дисциплины и деловой репутации дебиторов компании, так же осуществляет управление задолженностью покупателя.

Минусом факторинга является то, что предприятие должно отказаться от части выручки, для получения денежных средства в максимально короткий срок. Хотя эта плата может оказаться намного меньше, чем использование других источников, поскольку компания получает и комплекс мероприятий по работе с дебиторами, что в свою очередь экономит время и средства самой компании.

Плюсом франчайзинга является то, что можно начать свое дело или развивать его, затрачивая минимальные средства или не имея их. При использовании франчайзинга потребитель покупает уже готовый продукт, имя, который не требует раскрутки или закрепления на рынке. Потребители уже сразу видят, что это надежно.

Так же при использовании франчайзинга потребитель получает поддержку от своего «наставника», который учит и помогает в становлении бизнеса, предостерегает от совершения дорогостоящих ошибок. Все это значительно экономит средства и время для потребителя франшизы. Т.е. можно получать прибыль в значительно короткие сроки.

Платой за это является часть чистой прибыли, перечисляемой франчайзеру, и частичная потеря контроля над своим бизнесом, выражающаяся в способах ведения бизнеса, контроля со стороны «наставника».

Эти новые способы привлечения заемных средств становятся все более популярными в связи с их простотой и относительной дешевизной.

Рассмотренные способы имеют свои ограничения и недостатки. В силу этого, необходимо серьезно подойти к формированию заемного капитала. Следует рассматривать различные источники привлечения средств, просчитывать их стоимость, последствия привлечения, оценить свою способность вернуть привлеченные средства.

Использование даже относительно дешевых и простых источников при нерациональном привлечении могут привести к весьма серьезным последствиям для предприятия: к излишним затратам, к нестабильности положения предприятий в будущем.

В следствии этих и многих других причин для рационального привлечения и использования заемных средств на предприятиях и в организациях необходимо наличие четко проработанной финансовой политики в области привлечения заемных средств. Поскольку от этого может зависеть их дальнейшая «жизнь» на рынке.

## ПРОБЛЕМА СОЗДАНИЯ СЕМЬИ И РОЖДЕНИЯ ДЕТЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Порошина А. – студент, Власова О. В. – ст. преподаватель  
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Семья, как социальный институт, традиционно играет заметную роль в воспроизводстве населения. Количественные параметры этого процесса принято описывать понятием «рождаемость». Именно семья на ранних этапах социализации личности создает базовые условия по накоплению и передаче «человеческого капитала» от поколения к поколению.

Существенная тенденция последних десятилетий – «разделение родительства и семьи», а точнее родительства и супружества. В настоящее время имеется целый ряд социальных показателей, свидетельствующих об этой особенности семейных отношений в современной России. Среди них:

- Распространение практики официально не регистрируемых отношений между молодыми людьми («гражданский брак»). Среди опрошенных, кто старше 40 лет, регистрацию первого брака считают обязательной 70,5 %, среди тех, кто моложе 25 лет, - только 39,0 %. Большинство опрошенных 15-17-летних подростков считают регистрацию брака желательной, но не обязательной. Еще либеральнее, по сравнению с взрослыми респондентами, к срокам регистрации брака относятся подростки. Только 13,9 % юношей и девушек считают, что регистрация брака должна предшествовать началу супружеских отношений. 61,6 % подростков считают, что перед регистрацией первого брака надо пожить вместе год-два и проверить свои чувства.

- Увеличение количества молодых людей, не планирующих иметь детей и/или откладывающих их рождение. При этом изменение характера репродуктивных установок лишь отчасти связано с физиологическими причинами. Между тем, процесс планирования семьи приобретает все более рациональный характер, в т.ч. зафиксировано возникновение феномена сознательной бездетности. По данным исследования, проведенного в 2005 г., 8 % женихов и 4 % невест, вступающих в первый брак, были ориентированы на бездетность. В аналогичном исследовании в 2000 г. таких респондентов было соответственно 6 % и 3 %.

- Увеличивается число семей с одним родителем (обычно с матерью). «Качество» населения (человеческий капитал) также является значимым показателем воспроизводства населения. Современной демографической ситуации в России присуща парадоксальная черта: рожают те, кто не способен содержать и воспитать детей, и наоборот, те, кто способен к этому, воздерживаются от их рождения. Именно дети из социально дезадаптированных семей, а также выпускники детских домов являются в настоящий момент социальным ресурсом деструктивных «нетолерантных» движений и криминальных сообществ. По оценкам Генеральной прокуратуры, 40 % выпускников сиротских заведений

становятся алкоголиками и наркоманами, столько же совершают преступления, 10 % кончают жизнь самоубийством и только 10 % живут относительно нормально. Многие современные российские дети выросли в условиях морального кризиса, резкой имущественной дифференциации семей, недофинансированности детских домов и интернатов и ухудшения качества ухода. Ощущение социальной несправедливости толкает их на противоправное поведение и пассивные формы протеста: самоубийства, потребление наркотиков и алкоголя.

Важную роль в человеческой жизни играют ценности и их нормативная реализация, а их изменения очень сильно воздействуют на состояние семьи. По данным Всероссийского центра общественного мнения (ВЦИОМ), первоочередные устремления россиян – жить в достатке (эту цель отметили 55 % опрошенных), воспитать хороших детей (40 %), иметь хорошую семью (39 %). Ценности «второго плана» – высокооплачиваемая работа (29 %), жизнь в гармонии с самим собой (27 %). Для 21 % россиян главным является здоровый образ жизни, 19 %- хотят любить и быть любимыми. Менее важно – «посмотреть мир» (15 %), сделать карьеру (14 %), быть интеллектуалом (10 %). Иметь много свободного времени или жить не обремененными излишними обязательствами хотели бы по 7 % респондентов. Славу, власть и богатство отметили соответственно 1, 3 % и 6 % опрошенных.

Среди главных жизненных целей семья и дети находятся на втором месте после материального благополучия и мужчин, и женщин. Для мужчин это скорее равные ценности, для женщин – немного важнее дети. Мужчины чаще женщин стремятся сделать карьеру – 17 % и 12 % соответственно, реже любить и быть любимыми – 16 % и 22 %.

Причиной вступления людей в брак каждый второй опрошенный считает возможность быть вместе с любимым человеком, каждый третий – необходимость продолжения своего рода, каждый четвертый – спасение от одиночества, гарантию стабильной старости. 16 % респондентов рассматривают семью как «коммерческий проект», основанный сугубо на расчете. Респонденты 35-44 лет причиной брака называют стремление иметь партнера не только в семье, но и в карьере, бизнесе и т.п.(20 %), 18-24-летние – желание иметь постоянного сексуального партнера (11 %), старше 60 лет – не быть одинокими в старости (35 %). Мужчины чаще женщин рассматривают брак как средство продолжения рода (44 % и 36 %), но реже как «лекарство от одиночества» (22 % и 29 %).

Если говорить об отношении к детям, то 63 % респондентов видят в детях источник радости и счастья, почти 50 % не мыслят без них полноценной семьи и всего 2,8 % считают детей источником проблем, помехой супружеской жизни, да и вообще атрибутом в браке не обязательным. Однако, при теоретической любви к детям 43,5 % опрошенных их не имеет вообще, в том числе многие замужние и женатые люди. Хотят двоих детей 48 %, а имеют только 16 %, а 17 % хотели бы иметь троих или четверых детей. Во многом это связано с жилищными условиями, в которых приходится воспитывать детей.

Рассмотрим влияние жилищных условий на желание рождения троих детей у русских женщин, представленное в таблице 1.

Таблица 1 - Оценка жилищных условий и ценностные ориентации в зависимости от оценки жилищных трудностей как помехи к желанию женщин иметь троих детей

Мешают ли жилищные трудности иметь желаемое число детей	Оценка жилищных условий (средний балл по шкале 0-100)	Значимость (средний балл по пятибалльной шкале)		Разница в значимости собственного благоустроенного современного жилья и наличия троих детей
		собственно о благоустроенного современного жилья	наличия троих детей	
Очень мешают	38,1	4,76	2,61	2,00

Мешают	53,9	4,71	2,96	1,75
Не мешают	70,3	4,54	3,08	1,46

У женщин, которые хотели бы при благоприятных условиях иметь троих детей, оценка жилищных условий существенно различается в зависимости от того, видят ли они в жилищных условиях помеху к рождению желаемого числа детей или нет. Однако между ними значительна и дифференциация в соотношении значимости жилья и наличия троих детей. Из этого следует, что предложения по демографической политике в отношении рождаемости, направленные на устранение восприятия условий жизни как помехи к рождению детей, должны учитывать необходимость как улучшения этих условий, так и изменения ценностных ориентаций, системы потребностей.

В соответствии с меняющейся реальностью пересматриваются морально-этические и юридические нормы, расшатываются стереотипы и запреты, меняется нормативно-ценностная база мужчин и женщин, взрослых и детей.

Демографическая проблема становится одной из важнейших для России в 21-ом веке. На 1 августа 2006 года Федеральная служба государственной статистики насчитала в России 142,4 миллиона жителей, а в январе численность была на 380,4 тысячи больше. Ошибочно полагать, что это проблема исключительно государства, не касающаяся всех нас лично. Демографический кризис ударит по каждому: упадет численность работоспособного населения, уменьшатся налоговые поступления, а значит, сократятся и отчисления на медицину, образование, пенсии, транспорт.

Итак, для изменения демографической динамики, обеспечения в будущем воспроизводства населения можно предложить следующие меры:

1) Изменение мер демографической политики государства: предоставление семье жилищных субсидий на льготных условиях с частичным их погашением при рождении детей; увеличение размеров пособий, компенсирующих единовременные затраты, связанные с рождением детей. По мнению большинства респондентов, минимальный размер пособия при рождении ребенка должен составлять около ста тысяч рублей, а минимальный размер ежемесячных выплат - примерно 75000 рублей.

2) Развитие детской инфраструктуры: детские сады, медицинское обслуживание, образование.

3) Изменение ценностных ориентаций, стереотипов людей.

4) Наряду с экономическими мерами демографической политики, направленной на повышение рождаемости, должны присутствовать и меры идеологического, пропагандистского характера. Например, при массовом распространении малодетности больше родителей останутся в старости одиночками. Т.е. формирование общественного сознания в отношении того, что однодетность может приводить к одиночеству в будущем как родителей, так и взрослых детей, может стать важной пропагандистской составной частью политики по стимулированию рождаемости.

Список использованных источников:

- 1 Антонова О.И., Архангельский В.Н., Никитина С.Ю. Основные результаты пилотного обследования «Семья и рождаемость»// Вопросы статистики.- 2006.- № 10.-С. 3-5
- 2 Збарская И.А. О подготовке к проведению выборочного обследования «Семья и рождаемость»// Вопросы статистики.- 2006.- №2.-С. 6-8
- 3 Панкратова Н.В. Социальный и биологический аспекты родительства //Социологические исследования.- 2006.- № 10.-С. 116-121

Любая коммерческая организация определяет свою основную целью как – получение прибыли, но достигнуть эту цель в современных условиях непросто, так как потребительский рынок насыщен товарами и предложениями различных услуг. Поэтому, чтобы доказать потребителям и потенциальным клиентам свои преимущества, необходимо вступать в жёсткую конкурентную борьбу, в которой «замешаны» PR – технологии, неординарные маркетинговые ходы, корпоративный стиль компаний, товарные знаки (как созданные, так и приобретённые), Интернет технологии. Для разработки данных технологий могут привлекаться как собственные подразделения, так и сторонние специалисты: рекламные агентства, консультанты по имиджу, маркетингу, технологиям продаж и т.д. Рассмотрим, как отражаются некоторые виды данных расходов в бухгалтерском и налоговом учёте.

*Расходы на разработку рекламной концепции.*

Для проведения эффективной рекламной компании необходима рекламная концепция, включающая в себя: анализ рынка; исследование потребительского спроса, его поведения и мотивации и т.д. При разработке данной концепции между рекламным агентством и организацией заключается договор об оказании консультационных услуг. Но, не смотря на то, что формирование рекламной концепции является первым этапом рекламной компании, расходы, понесённые при этом, не являются расходами на рекламу. Относятся они к управленческим, т.е. в бухгалтерском учёте данные расходы будут отражены как расходы по обычным видам деятельности и учтены на счёте 26 «Общехозяйственные расходы». Данное несоответствие возникло из ФЗ №38 «О рекламе» от 13.03.06, в котором определено: «рекламные расходы – расходы на распространение рекламы...». В налоговом учёте данные расходы относятся к прочим, связанным с производством и реализацией и не являются рекламными, поэтому на них не распространяются ограничения по сумме.

*Расходы на PR – технологии.*

Проведение PR – акций в большинстве случаев связано с опубликованием в средствах СМИ материалов о компании, её продукции на платной основе, при этом статья должна, но не обязана, содержать пометку «на правах рекламы». Однако нужно учитывать, что материалы, носящие заведомо рекламный, заказной характер, должны публиковаться с такой пометкой. Невыполнение данного требования является нарушением ст. 16 ФЗ «О рекламе».

В бухгалтерском учёте такие расходы принимаются как расходы по обычным видам деятельности, так как конечная цель их проведения – привлечение новых клиентов, продвижение товаров, услуг на рынке. Отражаются они на счёте 44 «Расходы на продажу». Что же касается налогового учёта, то Налоговый кодекс не определяет чётко вид этих расходов, поэтому их можно отнести к расходам на рекламу в СМИ; к расходам на другие виды рекламы, нормируемые в пределах 1% выручки; к прочим затратам, связанным с производством и реализацией; или же к расходом на консультационные и аналогичные услуги.

*Расходы на маркетинговые исследования.*

Основными функциями маркетинга являются: изучение спроса, вопросов ценообразования, рекламы и т. д. В большинстве случаев фирмы поручают проведение маркетинговых исследований специализированным организациям. При этом далеко не всегда организации правильно оформляют расходы на маркетинговые услуги, что в дальнейшем, при проведении налоговых проверок может создать определённые трудности, так как придётся доказывать были ли расходы на маркетинг экономически обоснованными и надлежащим образом документально подтвержденными, обоснованно ли они были включены в состав расходов, учитываемых в целях налогообложения прибыли, а НДС по ним — принят к налоговому вычету.

Расходы на маркетинговые исследования считаются обоснованными, если выполнены следующие условия:

1. Заключён договор на оказание маркетинговых услуг и услуги в нём должны быть чётко поименованы (в соответствии с письмом ФСН РФ № ММ-6-03/183@). Если услуги в договоре поименованы некорректно, расплывчато (например, «маркетинговые услуги»), то налоговые органы могут счесть, что расходы по такому договору экономически необоснованны, а сделка притворна.

2. После оказания услуги должен быть составлен и подписан обеими сторонами акт приёма – передачи.

3. Организация – заказчик должна иметь в наличии отчёт исполнителя о проведении маркетингового исследования, так как именно он считается главным доказательством факта проведения исследования. Отсутствие отчёта или наличие в нём общедоступных данных из газет, книг, сети Интернет может стать причиной признания расходов необоснованными.

4. Обязательно наличие счёта фактуры, для принятия НДС к вычету.

Важно также знать, что расходы на маркетинговые исследования сторонних лиц признаются экономически необоснованными, если организация имеет собственную маркетинговую службу (исключения составляют случаи, когда маркетинговые функции не могут быть исполнены штатными работниками), в этом же случае ставится под сомнение законность принятия НДС к вычету.

Другая проблема связана с исследованиями, давшими отрицательный результат. В этом случае организация может уменьшить на величину этих расходов налогооблагаемую прибыль, но ей придётся доказывать состоятельность принятого решения в налоговой инспекции.

В бухгалтерском учёте расходы на маркетинговые исследования могут относиться:

- к первоначальной стоимости ОС, МПЗ, НМА
- к управленческим расходам (сч. 26) или к расходам на продажу (сч. 44)

- к расходам будущих периодов (сч. 97), если маркетинговое исследование носит долгосрочный характер.

*Расходы на создание корпоративного стиля.*

Каждая компания желает выделиться среди своих конкурентов, запомниться потребителям и немаловажную роль при этом играет корпоративный стиль. Общеизвестно, что наличие фирменного стиля усиливает эффективность маркетинговой и рекламной деятельности компании. Фирменный стиль включает в себя: логотип, фирменные цвета, особый дизайн бланков, «визиток», папок и т. д.

В бухгалтерском учёте расходы по разработке элементов корпоративного стиля, не смотря на то, что он может создаваться эксклюзивно для определённого заказчика, не могут быть отражены, как расходы на приобретение нематериального актива. И учитываются такие расходы либо на сч. 26, либо на сч. 97.

В целях же налогообложения, расходы на создание корпоративного стиля относят к прочим расходам, связанным с производством и реализацией и принимаются в уменьшение налогооблагаемой базы налога на прибыль.

*Расходы и доходы от WEB – сайтов.*

В бухгалтерском учёте затраты на создание Интернет – сайта отражаются либо на счёте 04 «НМА», либо на счёте 97 «Расходы будущих периодов». Данное различие связано с наличием или отсутствием исключительных прав на объект.

Обязательным видом расходов являются: регистрация и перерегистрация доменного имени и отражаться они должны в соответствии с принятой учётной политикой организации. Если срок использования сайта чётко определён, то уплаченную сумму целесообразно отражать в составе расходов будущих периодов (сч. 97) и далее списывать их ежемесячно; если же срок не установлен, то данные расходы будет лучше отнести к текущим расходам (сч. 26), и списать единовременно. В целях налогообложения прибыли, данные расходы классифицируются как прочие расходы, связанные с производством и реализацией.

Но Интернет - сайты не только требуют расходов, они могут приносить и определённый доход (в основном это доходы от рекламы, платного использования ресурсов сайта, а так же от бесплатного обслуживания посетителей: бронирование билетов, мест в театрах и т. д.). Услуги, оказываемые собственником сайта за плату рекламного и информационного характера, отражаются в бухгалтерском учёте как доходы от обычных видов деятельности, а в целях налогообложения прибыли, данные доходы необходимо относить к выручке от реализации.

*Расходы, связанные с товарным знаком.*

Товарный знак или торговая марка – это обозначения, служащие для индивидуализации товара, работ, услуг. Основными способами появления товарного знака у предприятия можно считать: создание, получение права на использование, вклад в уставный капитал.

1. Создание товарного знака и исключительное право на него в бухгалтерском учёте отражается как появление нематериального актива (сч. 04 «НМА»). Принимается товарный знак к учёту по первоначальной стоимости: определяемой как сумма всех расходов на его созданию (за исключением НДС). В целях налогообложения прибыли исключительное право на товарный знак признаётся нематериальным активом.

2. При приобретении права на использование товарного знака между правообладателем и клиентом заключается лицензионный договор (чаще всего это неисключительная лицензия, дающая клиенту право на использование товарного знака, но оставляющая за лицензиаром все права подтверждённые патентом, в том числе и право на перепродажу лицензии третьим лицам). В бухгалтерском учёте клиента (лицензиата) полученные права не будут относиться к нематериальным активам, а будут отражаться на забалансовом счёте в оценке (сч. 012 «Неисключительное право на использование товарного знака») указанной в договоре. Если договор предусматривает разовый платёж, то его сумма первоначально отражается на счёте 97 «Расходы будущих периодов», а после равномерно списываются на расходы по обычным видам деятельности и отражаются по дебету счёта 44 «Расходы на продажу». Если оплата расходов осуществляется ежемесячно, то данные суммы сразу относятся на сч. 44.

В налоговом учёте лицензионные платежи учитываются в составе прочих расходов (если они обоснованы и документально подтверждены). Важно знать, что лицензионный договор вступает в силу с момента его регистрации в Федеральной службе по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам, это значит, что на лицензионные платежи, произведённые до момента регистрации договора, фирма не может уменьшить налогооблагаемую прибыль.

3. При передаче товарного знака в качестве вклада в уставный капитал должны быть установлены объём, характер передаваемых прав и срок, на который они передаются. Если невозможно документально подтвердить стоимость вносимых прав, то для целей налогообложения она признаётся равной нулю. Поскольку учредитель владеет товарным знаком, а не правом на его использование, то установить стоимость на исключительное право по данным налогового учёта учредителя практически не представляется возможным. А значит, организация не сможет подтвердить документально стоимость полученных прав, и в её налоговом учёте права на использование товарного знака должны быть отражены по стоимости, равной нулю.

Как можно видеть, организации обладают достаточно большим арсеналом новых технологий, которые могут выделить их среди конкурентов, сформировать положительное мнение о себе, привлечь новых клиентов и укрепить доверие старых, оценить целесообразность выхода на новые рынки сбыта и т. д. Но данные расходы должны правильно отражаться как для целей бухгалтерского, так и налогового учёта, что бы не вызвать отрицательных последствий в дальнейшем.

## БУХГАЛТЕРСКИЙ АУТСОРСИНГ: ПРЕИМУЩЕСТВА, НЕДОСТАТКИ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Сухоруков К.Н. – студент, Ларионова И.А. – ст. преподаватель  
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г.Барнаул)

Современное российское бухгалтерское и налоговое законодательство носит довольно сложный и противоречивый характер. В данных условиях ведение бухгалтерского учета, деятельность, необходимая каждому предприятию, требует высококвалифицированных профессионалов, способных выполнить задачу в полном объеме с соблюдением всех правовых норм. Для многих предприятий, особенно небольших, найти такого сотрудника непросто. Кроме того, содержание собственной бухгалтерии требует от фирмы серьезных затрат. Намного лучше передать ведение бухучета сторонней организации, профессионально оказывающей услуги такого рода. Данная услуга, активно развивающаяся в зарубежных странах, а в последнее время и в России, носит название «**бухгалтерский аутсорсинг**».

Понятие аутсорсинга в российском законодательстве отсутствует. Этот термин заимствован из английского языка (от «outsourcing») и дословно переводится как использование чужих ресурсов. Смысл аутсорсинга сводится к следующему: сосредоточьте все ресурсы на том виде деятельности, который является основным для вашей организации, и передайте остальные поддерживающие или сопутствующие функции профессиональному партнеру. Среди таких функций очень часто и оказывается ведение бухгалтерского учета.

Если посмотреть, как развиваются такие услуги за рубежом, то легко увидеть: там подобная практика поставлена на поток. Большинство небольших фирм (да и многие крупные) вообще не содержат штатных бухгалтеров.

В России еще недавно к бухгалтерскому аутсорсингу прибегали в основном иностранные и совместные организации. Это скорее вынужденная мера, ведь иностранные бизнесмены, работающие в России, не всегда хорошо ориентируются во всех тонкостях российского законодательства, в связи с чем, и прибегают к услугам аутсорсинговых фирм. Однако сейчас все больше российских предприятий пользуются бухгалтерским аутсорсингом, который подразумевает услуги по восстановлению, ведению бухгалтерского и налогового учета, оптимизации налоговых платежей, составлению промежуточной и годовой отчетности, а также ведению дел с налоговыми органами.

Важно отметить, что использование вместо собственного штата финансовой службы услуг сторонней специализированной организации, не противоречит нормам бухгалтерского законодательства, так как подпункт «в» пункта 2 статьи 6 Федерального закона от 21 ноября 1996 года №129-ФЗ «О бухгалтерском учете» предоставил право руководителям организаций передавать на договорных началах ведение бухгалтерского учета:

- централизованной бухгалтерии;
- специализированной организации;
- бухгалтеру-специалисту.

Следует отметить, что на аутсорсинг могут быть переданы либо все, либо часть функций бухгалтерии, таких как составление и представление отчетности, расчет зарплаты и т.п. Наиболее распространен случай, когда в штате организации заказчика имеется бухгалтер, он ведет первичную учетную документацию, которая затем передается в аутсорсинговую организацию для отражения хозяйственных операций в бухгалтерском и налоговом учете и составления и сдачи отчетности.

Рассмотрим основные преимущества аутсорсинга, обеспечившие ему большую популярность в западных странах. Прежде всего, как уже было отмечено, это концентрация управленческих усилий на основной деятельности. Кроме того, за счет перераспределения ресурсов, ранее задействованных на второстепенных направлениях, повышается эффективность работы предприятия.

Довольно часто в рекламных материалах организаций, оказывающих аутсорсинговые услуги, указывается, что передача ведения бухгалтерского учета сторонней организации

может существенно снизить затраты предприятия. Дело в том, что при создании бухгалтерской службы компания несет расходы по аренде дополнительного помещения, организации рабочих мест, приобретению и поддержке программных продуктов, закупке канцелярских товаров и т.д. К тому же бухгалтеров необходимо периодически направлять на тематические семинары, курсы повышения квалификации, выписывать им специальную литературу.

В специализированной организации, подразумевается, что дело поставлено на поток, и один бухгалтер одновременно ведет учет в нескольких организациях, между которыми распределяются накладные расходы, минимизируя тем самым среднюю стоимость бухгалтерских услуг.

Сокращение затрат на содержание бухгалтерской службы при использовании аутсорсинга действительно имеет место, но не для всех клиентов, а в основном для малых предприятий с небольшим объемом осуществляемых операций. С увеличением масштабов деятельности заказчика, как правило, возрастают тарифы и расходы на обеспечение оперативной связи с аутсорсером.

Главное, что приобретает клиент аутсорсинговой компании - качество услуг. В компании работают, как правило, специалисты высокой квалификации. Поэтому за бухгалтерскую документацию заказчика беспокоиться уже не придется. Кроме того, снижаются риски штрафных санкций за неправильное ведение отчетности. В соответствии с Налоговым кодексом Российской Федерации именно налогоплательщику, а не главному бухгалтеру в случае обнаружения нарушений придется платить штрафы и пени. Поэтому, включив в договор аутсорсинга пункт о том, что все пени и штрафы, начисленные налоговой инспекцией за несвоевременную подачу налоговых деклараций, неправильное исчисление сумм налогов и так далее, компенсируются организацией-аутсорсером, организация-заказчик получает возможность возместить суммы уплаченных штрафных санкций за счет аутсорсера. Разумеется, это возможно лишь в том случае, если причиной этому не является несвоевременное представление заказчиком аутсорсеру первичной бухгалтерской документации.

Таким образом, реальная экономия при использовании аутсорсинга в основном достигается не на зарплате и содержании бухгалтерии, а на бухгалтерских ошибках.

Также отметим, что профессиональные бухгалтерские услуги позволят предприятию оперативно получать информацию о своем финансовом положении для принятия управленческих решений, а при необходимости – квалифицированную помощь по вопросам бухгалтерского и налогового учета. Причем эта дополнительная защищенность достается клиенту практически бесплатно, так как невозможно учесть и предъявить клиенту внутренне консультирование.

Использование внешней бухгалтерии эффективно еще и при реализации инвестиционных проектов, когда инвестор и управляющий - не одно и то же лицо. В этом случае проще обеспечить независимость учета и ввести механизмы контроля за освоением инвестиций. Например, крупная компания вкладывает средства в возведение торгового центра. Заказчик не всегда может вести учет самостоятельно, так как нужно привлекать специалистов, которые разбираются в строительстве. У исполнителя есть такие кадры, однако нередко заказчик не доверяет ему, поскольку сомневается в объективности и точности информации, поэтому инвестор и привлекает независимых бухгалтеров.

При использовании аутсорсинга компания перестает зависеть от конкретных работников. Дело в том, что бухгалтеры все равно болеют (или болеют их дети), ходят в отпуск, отпрашиваются пораньше с работы, а кто-то должен в это время исполнять их обязанности. Сотрудник может вообще уйти, и тогда его знания и опыт будут для компании потеряны. Информация о незавершенных задачах также может остаться в недокументированном виде, а ее восстановление потребует дополнительных финансовых и временных затрат.

Наряду с очевидными выгодами использования бухгалтерского аутсорсинга существуют серьезные, сдерживающие его развитие, факторы.

Первый и самый главный недостаток аутсорсинга заключается в том, что предприятие-заказчик открывает все сведения о своей деятельности посторонним лицам. Поэтому, если предприниматель опасается, что данные о его компании могут попасть в руки конкурентов, лучше заранее проверить благонадежность внешних бухгалтеров. Конечно, конфиденциальную информацию можно получить и из других источников, но в случае с аутсорсингом такие материалы бизнесмен передает в чужие руки добровольно.

Еще один аргумент против использования внешней бухгалтерии - отсутствие контроля за деятельностью фирмы или специалистов, которые предоставляют бухгалтерские услуги. Счетовода, который состоит в штате компании, руководитель может полностью проверить и организовать его работу так, как ему удобно. Через руководство проходят все бухгалтерские документы. И пусть даже директор не всегда хорошо разбирается в отчетности, но он может обнаружить ошибку, которую бухгалтер пропустил просто по невнимательности.

Впрочем, подобных проблем можно избежать. Заключая договор с компанией, которая будет оказывать аутсорсинговые услуги, разумно предусмотреть порядок отчетности перед фирмой-заказчиком. К тому же все документы нужно передавать по описи или просто предоставлять копии.

Следует также отметить, что при наличии собственной бухгалтерской службы близость ее местонахождения позволяет оперативно получать информацию, составлять документы, решать неотложные проблемы. При передаче ведения бухгалтерского учета в стороннюю организацию обработка первичных документов и ведение учета будут осуществляться в офисе этой организации. Это может затруднить решение оперативных задач.

В этом случае возможны различные варианты минимизации потерь времени. Во-первых, использовать современные каналы связи, во-вторых, в тех случаях, когда это оправданно, возможна установка распределенной компьютерной базы данных, которая дает возможность обеим сторонам в режиме реального времени отслеживать текущие операции.

Мировая практика показала, что бухгалтерский аутсорсинг может стать хорошим инструментом по повышению эффективности деятельности предприятия. По данным Boston Consulting Group мировой рынок аутсорсинговых услуг растет примерно на 10 % в год.

В России услугами аутсорсеров сегодня пользуются приблизительно 5 % всех фирм. Однако, по регионам показатели довольно сильно разнятся. Так, в Петербурге, как и в Москве, к бухгалтерскому аутсорсингу прибегают около 10 % предпринимателей, не считая тех, которые просто платят бухгалтеру-надомнику. Казалось бы, немного. Однако всего два года назад компаний, практикующих внешнюю бухгалтерию, было менее 2 %.

Развитие российского аутсорсинга тормозит то, что многие предприниматели, руководители предприятий до сих пор просто не знают, что есть такая возможность – переложить заботы по бухгалтерскому обслуживанию на профессионалов. Некоторые не видят в этом прямых выгод для себя и для бизнеса, либо боятся. Боятся, как правило, того, что невозможно будет вести привычную им «серую бухгалтерию».

Одним из секретов того, что аутсорсинг на Западе гораздо более развит и востребован, является относительно высокий уровень заработной платы и высокая доля оплаты труда в себестоимости продукции. Основной козырь аутсорсинга — сокращение затрат на штатных сотрудников. В России уровень заработных плат ниже, потому не для всех предприятий вывод бухгалтерии за штат критичен с точки зрения снижения себестоимости.

Тем не менее, перспективы у бухгалтерского аутсорсинга в России есть. Они обусловлены бесспорными преимуществами данной услуги для многих организаций, особенно в условиях наметившейся тенденции ухода от «серых» схем ведения бухгалтерии. Наибольшее же значение аутсорсинг имеет для малого бизнеса, для которого предоставление недорогих услуг по квалифицированному ведению бухгалтерского учета может стать одной из составляющей его успешного развития.

## ЗАТРАТЫ НА ПРИРОДООХРАННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В СИСТЕМЕ ФИНАНСОВОГО УЧЕТА

Сулова Н.Д. – студент, Кузьмичева Е.В. – доцент  
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Сегодня существует мировая тенденция к повышению прозрачности бизнеса и ответственности компании перед обществом и окружающей средой, в которой она работает. Это приводит к спросу на информацию о финансовой и нефинансовой деятельности организации.

Хотя представление информации о природоохранных мероприятиях в большинстве стран не является обязательным, в мире наблюдается тенденция к более полному раскрытию такой информации. Компании используют различные формы представления информации о природоохранной деятельности, начиная с одного параграфа, включенного в годовой отчет, и заканчивая отдельным разделом, подробно описывающим состояние дел в этой области.

За последние пятнадцать лет элементы экологической отчетности были законодательно введены в некоторых странах, включая Данию, Нидерланды, Норвегию, Францию и др. В Великобритании готовится законодательство, которое будет требовать от компаний обязательного раскрытия информации по экологическим и социальным вопросам. Появились и добровольные принципы руководства, направленные на улучшение качества отчетности, такие как Глобальная инициатива по отчетности об устойчивом развитии (GRI), Глобальный договор ООН (UN GC), The Natural Step, Организация экономического сотрудничества и развития (OECD) и многие другие [1].

Обработка и представление информации об охране природы требует использования обоснованной классификации расходов и затрат на эти мероприятия. С точки зрения финансового учета наиболее оптимальным является подход, когда существует ограниченный перечень расходов на природоохранные мероприятия, что позволяет легче сформировать сопоставимые данные. Существуют следующие трудности, связанные с выделением рассматриваемых расходов в финансовом учете:

1. На практике трудно разграничить затраты, связанные с производством продукции, работ, услуг и затраты на природоохранные мероприятия в силу того, что положительный экологический эффект является результатом улучшения технологического процесса или внедрения в него. Причиной покупки более экологичного оборудования или изменения производственного процесса является, как правило, стремление получить больший коммерческий эффект, конкурентные преимущества. Уменьшение отходов или снижение выбросов - это попутно достигаемый эффект;

2. Традиционный для России и продолжающий играть важную роль за ее рубежами принцип управления отходами «на конце трубы». Он предусматривает активные действия в отношении отходов (сбор, транспортировку, переработку, захоронение, уничтожение и т.д.) только после того, как отходы уже образовались и аккумулированные в них материальные и энергетические ресурсы покинули сферу производства продукции работ, услуг и/или энергии. Это так называемые инвестиции в технологию очистки в конце производственного цикла;

3. Очевидно, что не может быть одной классификации природоохранных расходов, т.к. эта информация обрабатывается в разных системах учета - в статистическом, оперативном, финансовом, управленческом, налоговом учете. Пользователи подобной информации имеют различные цели и используют разную методологию и методику обработки информации о расходах на природоохранные мероприятия. Одни авторы предлагают узкий перечень расходов, другие - более широкий. Необходимо иметь единую методику, по которой выделяются и классифицируются указанные расходы.[5]

Расходы на природоохранные мероприятия являются составной частью расходов организации при условии, что они приводят к уменьшению экономической выгоды. В настоящее время нет специального отечественного стандарта по финансовому учету и

отчетности, который бы регулировал учет этих расходов. Нет подобного документа и в международной практике. Отсутствие единого стандарта представления информации о природоохранной деятельности вынуждает компании самостоятельно выбирать направления и подробность представления такой информации. Отчет по природоохранным мероприятиям целесообразно составлять и представлять в тех отраслях экономики, в которых фактор защиты окружающей среды можно оценить как существенный (так называемых «ущербоемких»). Зачастую в качестве основы для классификации рассматриваемых расходов в финансовом учете организации используют классификации, разработанные в системе статистического учета.

Например, Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) при изучении расходов на охрану окружающей среды в различных странах была предложена следующая классификация расходов:

- контроль и снижение загрязнения (КСЗ);
- технологические усовершенствования;
- мероприятия по охране природы;
- инвестиции и мероприятия в области питьевого водоснабжения и управления другими природными ресурсами.

Подробнее остановимся на расходах на КСЗ. Деятельность по контролю и сокращению загрязнения (КСЗ) определяется как деятельность, непосредственно направленная на предотвращение, сокращение и устранение загрязнения или негативных побочных последствий производственных процессов или потребления товаров и услуг. В расходы на КСЗ не включаются:

- расходы на управление природными ресурсами, на охрану видов животных и растений, создание национальных парков и зеленых насаждений;
- расходы, направленные на производственную безопасность или на улучшение производственных процессов, производимые в силу коммерческих или технических причин, даже если они сопровождаются экологически благоприятными последствиями.

Расходы на КСЗ - это *прямые расходы первого порядка*, которые несут хозяйствующие субъекты, занимающиеся реализацией мер контроля загрязнения и обеспечением соблюдения соответствующих природоохранных требований. Они классифицируются по следующим параметрам:

- по компонентам окружающей среды (воздух, вода, отходы, шум);
- по секторам экономики (государственный сектор, коммерческий сектор, бытовые потребители). С точки зрения реализации и финансирования деятельности по КСЗ выделяют сектор-исполнитель, в рамках которого производится деятельность по КСЗ ("принцип исполнителя") и финансирующий сектор, который финансирует деятельность по КСЗ ("принцип финансирования");
- по типу расходов (инвестиции, текущие расходы) [2].

Для финансового учета наиболее близкой является классификация расходов на КСЗ по типу расходов. Это реализуется в одном из принципов учета затрат на производство - разделение текущих и капитальных затрат. К текущим относятся производственные расходы, которые потребляются в одном хозяйственном цикле. К капитальным относятся затраты, связанные с инвестиционной деятельностью.

Инвестиционные расходы определяются как расходы на экологическую экспертизу, строительство, приобретение, реконструкцию и модернизацию объектов природоохранного назначения и на приобретение и собственное производство новых товаров длительного пользования, предназначенных для контроля и сокращения загрязнения.

Текущие расходы включают расходы на контроль и сокращение загрязнений, связанные с собственным производством экологических услуг (заработная плата, арендная плата, плата за энергию, расходы на обслуживание и на промежуточные продукты) и с приобретением экологических услуг и отдельных товаров на рынке (в случае, например, когда специализированное предприятие производит очистку свалки отходов химической

компании; добровольное и обязательное экологическое страхование; платежи за загрязнение окружающей природной среды и другие виды воздействия и т.д.) [3].

Отечественная система статистического учета предлагает более подробную классификацию расходов по природоохранной деятельности:

- текущие затраты организаций на охрану окружающей среды;
- затраты на капитальный ремонт основных фондов природоохранного назначения;
- капитальные вложения на охрану окружающей среды (прямые и сопряженные);
- содержание заповедников и иных особо охраняемых природных территорий, затраты на охрану ресурсов животного мира, охрану лесных ресурсов (частично), озеленение городов и промышленных центров;
- затраты на научные исследования в области охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов.
- операционные расходы бюджета на цели экологии: расходы на содержание и деятельность государственных органов в области охраны окружающей среды, в т.ч. - оплата труда управленческих и контрольных органов по охране окружающей среды и рациональному использованию природных ресурсов;
- затраты на экологическое образование и просвещение (подготовку соответствующих специалистов).

Для формирования достоверной, точной и своевременной информации о затратах на природоохранные мероприятия предприятиям необходимо принять решения по следующим вопросам:

- организация аналитического учета затрат на охрану природы;
- создание системы резервирования расходов на природоохранные мероприятия;
- разработка форм внутренней и внешней отчетности о затратах на природоохранные мероприятия [3].

Эти решения должны быть оформлены как элементы учетной политики предприятия. Качественную основу для внутренних стандартов могут создать отраслевые указания и рекомендации, разработанные профессиональными бухгалтерскими некоммерческими организациями.

Интерес общественности к состоянию окружающей среды и природных ресурсов, концепции «экологической ответственности бизнеса» и «экологически чувствительного потребителя» формируют устойчивый и растущий спрос на дополнительную информацию. А значит, разработка единой методологии представления финансовой отчетности по природоохранным мероприятиям является вопросом не сегодняшнего, а завтрашнего дня [4].

Список использованной литературы:

1. Лещинская К.Л., Гринберг Т.В., Беннет Ш. Экологическая отчетность: мировые тенденции и факторы развития [Текст]:/ К.Л. Лещинская, Т.В. Гринберг, Ш. Беннет. – Экология производства, 2005. - №2. - с.72-76.
2. Обзор расходов на охрану окружающей среды в ННГ [Электронный ресурс].
3. Сотникова Л.В. Бухгалтерский учет природоохранных мероприятий [Электронный ресурс]: / Л.В. Сотникова. – СПС «Консультант Плюс»: Версия Проф. - Бухгалтерский учет, N 15. - 2000.
4. Морозова Е.В. Информация о природоохранной деятельности и ее роль в финансовой отчетности организации. – Бухгалтерский учет, 2007. – №2. – с. 76-77.
5. Морозова Е.В. Классификация затрат и отчетность о расходах на природоохранные мероприятия. [Электронный ресурс]: [http://science-bsea.narod.ru/2006/ekonom\\_2006/morozova\\_klassifikac.htm](http://science-bsea.narod.ru/2006/ekonom_2006/morozova_klassifikac.htm).

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ

Свит Е.Д. – студент ФК-21, Глазкова Т.Н. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Важными ключевыми элементами рыночной экономики являются цены, ценообразование, ценовая политика. Цена представляет экономическую категорию, означающую сумму денег, за которую продавец хочет продать, а покупатель готов купить товар. Цена определенного количества товара составляет его стоимость.

Траектория цены на нефть – это своего рода кардиограмма, отражающая неровный ритм развития глобального энергетического хозяйства. Согласно результатам всемирного опроса общественного мнения, больше всего людей в мире беспокоит рост цен на нефть. Повышение цен на бензин больно ударит не только по автомобилистам, но и по «безлошадным» россиянам: некоторые отрасли экономики начинают повышать цены на свою продукцию, как только начинает расти цена на топливо. Это розничная торговля (из-за роста стоимости перевозок), сельское хозяйство, которое вообще является основным потребителем топлива, и транспорт. Именно повышение цен на их услуги и товары вернее всего бьет по нашим кошелькам. Это объясняет актуальность выбранной темы.

Перед всеми предприятиями и организациями в качестве одной из основных встает проблема определения цены на свои товары и услуги. В условиях рынка ценообразование представляет весьма сложный процесс, подвержено воздействию множества факторов. Цены и ценовая политика выступают одной из главных составляющих маркетинга предприятия. Цены находятся в тесной зависимости от других сторон деятельности компании, от уровня цен во многом зависят достигаемые коммерческие результаты. Неверная или правильная ценовая политика оказывает многоплановое воздействие на все функционирование предприятия. Суть целенаправленной ценовой политики заключается в том, чтобы устанавливать на товары такие цены, так варьировать ими в зависимости от ситуации на рынке, чтобы овладеть его максимально возможной долей, добиться запланированного объема прибыли и успешно решать все стратегические и тактические задачи[2].

Известны следующие виды стратегий ценообразования: стратегия премиального ценообразования («снятия сливок»), стратегия нейтрального ценообразования, стратегия ценового прорыва (пониженных цен). На практике организации чаще выбирают нейтральную стратегию, поскольку не видят возможностей реализации других стратегий (покупатели весьма чувствительны к уровню цены, что не благоприятствует премиальному ценообразованию, конкуренты жестко отвечают на любую попытку изменить сложившиеся пропорции продаж, что делает опасной стратегию ценового прорыва и т.д.). В нефтяной отрасли предприятиями часто используется метод ценообразования – «следование за ценами предприятия-лидера». При методе следования за ценами предприятия-лидера на рынке каждая компания руководствуется ценами конкурента, а учет собственных издержек и спроса играет здесь подчиненную роль. Следование за ценами предприятия-лидера на рынке может означать установление равных, повышенных или пониженных цен по отношению к ценам конкурента[4].

Социально-экономическая и политическая стабильность России, конкурентоспособность ее экономики, повышение благосостояния граждан во многом определяется состоянием топливно-энергетического комплекса страны, в том числе внутренними ценами на моторное топливо[1].

Наряду с таким объективным фактором, как рост мировых цен на углеводородное сырье, положение усугубляет ряд субъективных факторов. Например, сезонное увеличение цен на топливо в весенне-осенний период, рост налоговой составляющей в цене углеводородного сырья, стремление ряда субъектов предпринимательской деятельности топливно-энергетического комплекса получить максимально высокую долю прибыли в условиях благоприятной внешнеэкономической конъюнктуры мировых цен на нефть. Также одной из причин роста цен на топливо является недостаточная развитость внутреннего

рынка углеводородного сырья и, в частности, отсутствие прозрачности формирования оптовых и розничных цен на него[3].

На динамику цен на нефть и нефтепродукты важную роль оказывают налог на добычу полезных ископаемых (НДПИ) и экспортные пошлины, так как они непосредственно связаны с мировыми ценами на нефть[5].

На основании вышеизложенного можно выделить следующие проблемы и особенности ценообразования нефтяной отрасли:

1) Отсутствие грамотного государственного регулирования. В данном случае проблема может быть рассмотрена с точки зрения необходимости оптимизации налогообложения и совершенствования антимонопольного законодательства.

В ближайшее время должны быть приняты меры по оптимизации налогообложения субъектов предпринимательской деятельности топливно-энергетического комплекса, а также механизма формирования свободных и регулируемых цен на основные виды топлива на внутреннем рынке Российской Федерации. Государство должно содействовать созданию благоприятных условий для привлечения субъектов малого предпринимательства к деятельности по производству и реализации нефти и нефтепродуктов.

По нашему мнению, необходим пересмотр порядка расчета налога на добычу полезных ископаемых для нефти, потребляемой на внутреннем рынке, с принятием мер по компенсации вследствие этого выпадающих доходов. Также возможно снижение ставок акциза на нефтепродукты, особенно на бензин, с учетом того, что Россия практически не экспортирует бензин и налоговое бремя полностью ложится на российских потребителей.

Что касается следующего направления государственного регулирования цен, то требуется внесение поправок в антимонопольное законодательство по усилению ответственности хозяйствующих субъектов за монопольную деятельность на внутреннем рынке нефтепродуктов. До настоящего времени четко не регламентирована и редко применяется на практике процедура привлечения к ответственности за нарушение антимонопольного законодательства. Имеющиеся прецеденты демонстрируют низкую эффективность применяемых взысканий.

2) Помимо приведенных выше возможных административных мер регулирования ценообразования в нефтяной отрасли, в настоящее время государство располагает и рыночными конкурентными возможностями. Так за последнее время значительная часть нефтедобывающих и нефтеперерабатывающих мощностей сосредоточилась в руках государства (укрупнение «Роснефти» и приобретение «Газпромнефтью» акций «Сибнефти»).

По нашему мнению, государство может использовать данный механизм, удерживая на одном уровне, а возможно и снижая цены на нефтепродукты на внутреннем рынке. При этом применение антидемпингового законодательства проблематично из-за имеющегося административного ресурса и раздутости цен на нефтепродукты. Однако на практике подобных фактов мы не наблюдаем. Возможной причиной этого является предстоящее вступление России в ВТО, предъявляющее требования о необходимости приведения внутреннего рынка энергоресурсов России в соответствие с мировыми ценами.

3) Также одной из причин высоких цен на внутреннем рынке является отсутствие достаточного объема предложения продуктов нефтепереработки. Необходимо разработать долгосрочную программу по перестройке российской нефтепереработки и создать условия, при которых возрастет заинтересованность компаний в увеличении глубины переработки нефти.

4) Как известно, в себестоимости нефтепродуктов значительна доля транспортной составляющей. Так как нефтетранспортные мощности сосредоточены в руках государства («Транснефть»), возможно проведение политики более либеральных цен при транспортировке нефти внутри государства.

#### Список использованной литературы:

1. Салимжанов И.К. Ценовая политика организации // Финансы. - 2006. - № 8.
2. Зенов Е. О горячем горячие слезы // Новая газета. 2006. - № 8.
3. Савельев Д. Стоп-Машины // Экономика и ТЭК сегодня. – 2006. - № 3.

4. Мун Д. Нефтяная биржа // Нефтегазовая Вертикаль. – 2003. - № 2.
5. Петров В. Дешевой нефти больше не будет // Нефть и газ. – 2004. - № 2.

## ВЫБОР ИСТОЧНИКОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Таранова О.Г. – студентка, Книга А.С. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Малый бизнес - важнейший элемент рыночной экономики, без которого не может гармонично развиваться государство. Малый бизнес во многом определяет темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта.

Роль малого предпринимательства определяется классическими задачами, которые решает малый бизнес в развитых странах. Это, в первую очередь, сглаживание колебаний экономической конъюнктуры посредством особого механизма сбалансирования спроса и предложения; развитие здоровой конкурентной среды экономики, создающее систему сильных мотивационных стимулов для более полного использования знаний, умений энергии и трудолюбия населения, что в свою очередь позволяет более активно разрабатывать и использовать имеющиеся материальные, кадровые, организационные и технологические ресурсы; формирование диверсифицированной и качественной системы бытовых, организационных и производственных услуг; создание значительного количества новых рабочих мест, формирование важнейшей прослойки общества - среднего класса; развитие инновационного потенциала экономики, внедрение новых форм организации, производства, сбыта и финансирования. Развитие малого бизнеса создает предпосылки для ускоренного экономического роста, способствует диверсификации и насыщению местных рынков, позволяя вместе с тем компенсировать издержки рыночной экономики (безработица, конъюнктурные колебания, кризисные явления).

Финансовые условия формируются под влиянием доступности различных источников финансирования инвестиций малого бизнеса. Существует множество разнообразных форм финансирования малого бизнеса:

- а) Самофинансирование:
  - из накопленной капитализированной прибыли (за счет фонда развития фирмы);
  - из резервного фонда для покрытия временных текущих убытков, планируемых на период, предшествующий выходу предприятия на проектные показатели объемов выпуска и продаж;
  - из уставного капитала (при превышении им действующего норматива поддержания определенной величины уставного капитала).
- б) Заемные средства:
  - банковские кредиты;
  - средства, выручаемые от размещения на биржевых или внебиржевых фондовых рынках облигаций предприятия;
  - коммерческий кредит поставщиков материальных ресурсов при покупке их в рассрочку или с отсроченным платежом;
  - лизинг.
- в) Привлеченные средства:
  - средства акционеров - учредителей (участников) и тех, кто приобрел акции предыдущих дополнительных эмиссий (выпусков акций);
  - средства от размещения на фондовом рынке новых выпусков акций;
  - франчайзинг.

Руководство предприятия должно четко представлять, за счет каких источников ресурсов оно будет осуществлять свою деятельность и в какие сферы деятельности будет

вкладывать свой капитал. Забота о финансах является отправным моментом и конечным результатом деятельности любого предприятия.

При всем многообразии существующих форм финансирования существует ряд проблем, затрудняющих доступ субъектов малого предпринимательства (СМП) к этим ресурсам:

а) собственные средства учредителей, как правило, ограничены в размерах;  
б) меценаты, частные инвесторы в России практически отсутствуют как класс профессиональных инвесторов. Единичные инвестиции в развитие СМП со стороны частных лиц можно отнести к благотворительности, меценатству, но не профессиональному инвестированию;

в) небанковские «финансовые инвесторы» (фонды прямых инвестиций, инвестиционные компании и т.п.) отказывают в предоставлении средств из-за высокого риска инвестирования;

г) недоступность кредитных средств объясняется тем, что:  
- кредитные учреждения предлагают займы под высокий процент (доводы просты: бизнесмен в России может заработать в среднем от 5 до 15% годовых в валюте, а процентные ставки по кредитам в валюте не ниже 14-15% плюс налоги, аренда и т.д.);

- СМП не имеют ликвидных активов для обеспечения кредита (противоречие в том, что основой эффективного развития СМП является как раз необремененность излишними основными фондами);

- у малых предприятий, как правило, отсутствует кредитная история;  
д) малый бизнес по организационно-правовой форме представлен, в большинстве случаев, в виде обществ с ограниченной ответственностью или зарегистрирован на индивидуальных предпринимателей, реже в форме закрытых акционерных обществ, поэтому финансирование деятельности за счет средств от размещения на фондовом рынке выпусков акций не является актуальным;

е) проведение лизинговых операций с СМП имеет ряд сложностей:  
- лизинговая отрасль все еще относительно невелика, ей не хватает хорошо подготовленных профессионалов;

- лизинговая компания часто рассматривается как лишний посредник во взаимоотношениях между СМП, производителем оборудования и банком, в котором берется кредит на покупку данного оборудования;

- многие потенциальные лизингополучатели - СМП не располагают достаточным залоговым обеспечением;

- несовершенство законодательной базы по вопросам лизинговых операций.

Практика показывает, что наиболее часто используемым источником финансирования инвестиций является кредитование. Для решения проблем, связанных с доступностью этого вида финансовых ресурсов, предлагаются различные программы, направленные на поддержку СМП. Например, Алтайский банк Сбербанка России разработал специальный порядок кредитования малого бизнеса, предусматривающий предоставление беззалоговых кредитов, снижение расходов предпринимателей по обслуживанию кредитов за счет упрощения условий по страхованию залогов, предоставление комплексов банковских услуг, удешевляющих комиссионную нагрузку на клиентов. Немаловажным является заключение соглашения между краевой Администрацией и Алтайсбербанком по субсидированию части процентной ставки по кредитам, предоставляемым СМП. Данная программа способствует удешевлению кредитных ресурсов, что делает этот вид финансирования хозяйственной деятельности более доступным и эффективным.

#### СЕКЬЮРИТИЗАЦИЯ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ

Тищенко А.В. – студентка группы ФК-21, Книга А.С. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Секьюритизация – это процесс создания ценных бумаг, выпускаемых на основе пула ипотек и других кредитов, с помощью которого объединенные в пул активы становятся стандартными ценными бумагами, обеспеченными этими активами.

Актуальность проблемы секьюритизации ипотечных кредитов обусловлена несколькими причинами, главными из которых являются:

- развитие программ ипотечного кредитования населения;
- динамичный рост рынка ипотечных кредитов;
- вследствие низкой капитализации и требований по фондам обязательного резервирования российским коммерческим банкам невыгодно держать большие портфели потребительских кредитов у себя на балансе;
- отсутствие возможности у некоторых ипотечных банков, не удовлетворяющих требования к ним Центрального Банка РФ, выпускать ипотечные облигации.

Механизм секьюритизации заключается в том, что часть своих ипотечных активов банк преобразует в ценные бумаги. Бумаги он выпускает на рынок. Полученные средства, в свою очередь, направляет на выдачу новых ипотечных кредитов. Механизм секьюритизации обладает рядом преимуществ:

- привлечение дополнительного финансирования за счет продажи ипотечному агенту секьюритизируемых активов;
- улучшение показателей баланса при классической секьюритизации (путем истинной продажи, true sale);
- диверсификация источников финансирования путем получения доступа к рынкам капитала, а при секьюритизации через ипотечного агента - без необходимости выпуска собственных ценных бумаг;
- получение своеобразного «знака качества» при осуществлении секьюритизации (способность работать со сложными финансовыми продуктами);
- ограничение или устранение кредитных рисков банка-оригинатора по секьюритизируемым активам путем их передачи SPV, при которой, в то же время, сохраняется возможность получения ей будущих прибылей по активам.

Несмотря на преимущества секьюритизации, она имеет ряд минусов, которые являются барьером в развитии секьюритизации, к ним относятся:

- сложная процедура эмиссии;
- короткая статистическая история российских ипотечных активов. По выданным различными банками ипотечным кредитам (кроме Сбербанка, по которому отсутствуют открытые данные) не было ни одного случая дефолта и обращения взыскания на заложенное недвижимое имущество. По мере увеличения объемов выдаваемых ипотечных кредитов статистика по неплатежам должна проясниться. Однако лишь после прохождения по крайней мере одного экономического цикла, т.е. прохождения экономики по крайней мере через одну рецессию, можно будет с уверенностью говорить о наличии достаточной статистической базы;
- высокие начальные затраты, которые могут составлять более 1 млн. долл. (присвоение рейтинга). Для того чтобы повысить рейтинг и нивелировать риски, привлекаются сторонние компании, призванные гарантировать процессы функционирования SPV, – это резервный сервисер, провайдер механизма поддержки ликвидности, гарант международного платежного механизма. Все это – дополнительные стороны в сделке и дополнительные комиссионные расходы. Кроме того, в число расходов включается ежегодное рейтингование и аудит SPV. Технологическая сторона организации тоже очень непростая. Все это требует затрат, а следовательно, снижает доходность сделки. Таким образом, дополнительные расходы могут оказаться такими высокими, что, несмотря на то, что средства привлечены под низкий процент, сделка окажется нерентабельной. Совокупность затрат может достигать 1 млн. долларов, соответственно и пул кредитов должен быть не менее 100 млн. долларов;

- затраты на размещение ИЦБ на международном рынке;
- валютные риски. Чаще всего, в российской практике возникает ситуация, когда залоги находятся в России, а ценные бумаги размещаются в западных странах (активы платят в рублях, а ИЦБ в твердой валюте);
- необходимость свопирования (basis swap) поступлений с фиксированной процентной ставкой (ипотечные активы) в выплаты с плавающей ставкой по трансграничным ИЦБ;
- секьюритизация применима только для достаточно больших портфелей. Например, в Алтайском крае только АЖИК может провести секьюритизацию кредитов ввиду достаточно большого портфеля выданных ипотек.

Анализ развития рынка секьюритизации России, в том числе в Алтайском крае, позволяет сделать вывод о том, что финансирование ипотеки в России пока осуществляется преимущественно за счет ресурсов банковской системы. Однако в 2006 году сразу несколько российских банков прибегли к новому для них способу финансирования ипотечных программ посредством секьюритизации кредитных портфелей. Существует ряд проблем, связанных с организацией секьюритизации ипотечных кредитов в Алтайском крае. Одна из главных проблем состоит в том, что секьюритизация применима только для достаточно больших портфелей ипотечных кредитов, что не характерно для алтайских банков. В 2006 году были проведены четыре сделки секьюритизации с участием российских оригинаторов. Общий объем секьюритизируемых ипотек в 2006 году составил 498,45 млн. долл. Первым облигации, обеспечением по которым являются ипотечные кредиты, выпустил Внешторгбанк, разместив через Ирландскую фондовую биржу бумаги на сумму 88,3 млн. долл. Аналогичную сделку провел Городской ипотечный банк на сумму 73,9 млн. долл. При этом Городской ипотечный банк, в отличие от Внешторгбанка, предлагал ипотечные облигации не только европейским, но и американским инвесторам. А в ноябре 2006 года первую российскую рублевую секьюритизацию начал Газпромбанк, разместив рублевые ипотечные облигации на сумму 3 040 млн. руб. Затем Газпромбанк выпустил секьюритизированные еврооблигации, обеспеченные ипотечными кредитами банка Совфинтрейд на сумму 168 млн. евро. В 2007 году Агентство по ипотечному жилищному кредитованию запустило процесс секьюритизации части своего портфеля ипотечных кредитов на общую сумму чуть более 3 млрд. руб., ценные бумаги будут размещаться одновременно тремя траншами с разными уровнями риска, предполагающего различную доходность бумаг. Таким образом, в России был запущен производный рынок ипотечного кредитования.

В целом, российские ипотечные ценные бумаги являются высоконадежным финансовым инструментом, сопоставимым по качеству с зарубежными аналогами, и будут представлять интерес для широкого круга российских инвесторов и операторов ипотечного рынка. Представляется, что уже в ближайшее время мы станем свидетелями бурного роста российского рынка ипотечных ценных бумаг, что непосредственно повлечет за собой развитие всего рынка ипотечного кредитования.

## ФИНАНСОВЫЙ АСПЕКТ РЕОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

Филяева Ю.В. – студентка группы ФК – 21, Глазкова Т.Н. – к.э.н., доцент  
Алтайский государственный технический университет (г. Барнаул)

Под реорганизацией хозяйствующего субъекта понимаются структурные преобразования формы организации хозяйственной деятельности для достижения определенных целей.

Конечной целью реорганизации является устойчивое и эффективное функционирование и развитие предприятия в современных условиях.

С каждым днем вопрос об акционировании муниципальных унитарных предприятий (МУП) ставится все острее и острее. Если еще несколько лет назад этому процессу в основном подвергались торговые предприятия или иные предприятия, которые не несли особой социальной нагрузки, то теперь проблема акционирования уже непосредственно касается и тех предприятий, в отношении которых ранее не возникало даже намерения о приватизации.

В первую очередь это вызвано заинтересованностью инвесторов во вступлении в такие бизнесы, как коммунальное хозяйство, благоустройство и т. д., во вторую – теми законодательными нормами, согласно которым унитарные предприятия и право хозяйственного ведения как институт представляют собой юридические конструкции, пришедшие из советского гражданского права, которые в ближайшем будущем на федеральном уровне планируется свести нулю.

Реорганизация в форме преобразование МУП в ОАО является одним из способов приватизации муниципального имущества, предусмотренного Федеральным законом от 21.12.2001 № 178-ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества» (далее – Закон о приватизации) и местными нормативными актами.

При определении целесообразности такого шага предлагается исходить из следующего принципа: акционирование муниципальных предприятий является необходимым и неизбежным процессом, при этом он не должен существенно сказываться на качестве и стоимости предоставляемых услуг; поддержании инфраструктурных систем жизнеобеспечения; постоянстве предоставления потребителям услуг которыми является население большей части района.

С точки зрения интересов муниципальных образований, акционирование имеет следующие положительные моменты:

- правоспособность открытого акционерного общества, созданного путем акционирования МУПа, ограничена. В соответствии с российским законодательством в уставе такого общества должны быть указаны исчерпывающие перечни целей и видов его деятельности. Более того, до проведения общего собрания общества учредитель (город или район) назначает его директора и совет директоров;

- для потенциальных инвесторов ОАО является более привлекательной организационно-правовой формой, нежели МУП;

- ОАО – это коммерческая организация, главной целью деятельности которой является получение прибыли. Так, собственник своего имущества, бесспорно, будет стремиться к эффективному управлению с привлечением профессионального менеджмента, а также к усовершенствованию договорных и расчетно-платежных отношений с муниципалитетом, поставщиками и потребителями;

- в отношении у так называемого социального имущества, о котором указывалось выше, допускается установление публичных сервитутов, обременений, условий сохранения его назначения и т. д.

Однако, несмотря на попытки законодателя определить механизмы защиты муниципалитетов, акционирование таит в себе опасности: предприятия частной формы собственности могут не справиться с тем делом, которым в настоящее время занимаются муниципальные предприятия в таких плано-убыточных отраслях, как жилищно-коммунальное хозяйство, благоустройство и т. д.

Принадлежность предприятий коммунального комплекса к естественным монополиям определяет жесткий контроль их деятельности со стороны государства, в первую очередь в сфере регулирования тарифов, и как правило, откладывает отпечаток на результативность финансово-хозяйственной деятельности (нивелируя соотношения затрат и результатов).

Низкая рентабельность и неплатежи, отсутствие надлежащей государственной поддержки развития коммунального хозяйства приводят к постоянному снижению объемов инвестиций в эту отрасль. Как следствие, физический износ основных фондов предприятий коммунального хозяйства приблизился к критическому значению. Проблема усугубляется

тем, что, учитывая длительность инвестиционного цикла, крупные инвестиции необходимы уже сегодня, в то время как коммунальные предприятия еще не сформированы как бизнесы, способные привлекать и аккумулировать адекватные финансовые ресурсы.

Негативные тенденции в развитии коммунального комплекса приводят к снижению надежности, безопасности и эффективности теплоснабжения, водоснабжения и других видов общественно важных услуг.

Проведение акционирования муниципальных предприятий целесообразно при наличии следующих условий:

- появление инвестиционной привлекательности сферы бизнеса (наличие инвестора);
- устойчивое финансовое положение муниципального предприятия (активы должны быть больше обязательств).

подавляющее большинство руководителей водоканалов и органов местного самоуправления рассматривает единственный вариант трансформации коммунальных предприятий из МУП в ОАО - путем преобразования по Федеральному закону от 21.12.01 – № 178-ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества». Способы приватизации муниципального имущества, применимые к предприятиям коммунального хозяйства:

- преобразование МУП в ОАО;
- продажа муниципального имущества (либо на конкурсе, либо посредством публичного предложения, либо без объявления цены);
- внесение имущества в качестве вклада в уставный капитал ОАО;
- продажа акций ОАО по результатам доверительного управления.

Приватизация имущественного комплекса МУП, если размер его уставного капитала превышает минимально установленный для ОАО, осуществляется только путем преобразования МУП в ОАО.

При преобразовании МУП в ОАО:

- ОАО становится правопреемником МУП, в том числе по правам (лицензии, дебиторской задолженности и тому подобное) и обязательствам (кредиторской задолженности и тому подобное), в соответствии с передаточным актом со всеми изменениями на момент регистрации ОАО;
- все имущество, находящееся в хозяйственном ведении предприятия распределяется на две части: подлежащее и не подлежащее приватизации;
- состав подлежащего приватизации имущественного комплекса МУП определяется в передаточном акте;
- уставный капитал ОАО устанавливается равным балансовой стоимости подлежащего приватизации имущества;
- передаточный акт подлежащего приватизации имущества составляется на основании: данных акта инвентаризации, аудиторского заключения, документов о предоставленных МУП земельных участках и правах на них;
- при расчете балансовой стоимости подлежащих приватизации активов составляется промежуточный бухгалтерский баланс с учетом проведения инвентаризации имущества на дату такой инвентаризации.

Имущество, не подлежащее приватизации, не включается в состав подлежащих приватизации активов, изымается собственником и передается в казну муниципальному образованию по передаточному акту не подлежащего приватизации имущества (такой передаточный акт составляется по аналогии с передаточным актом подлежащего приватизации имущества).

Для использования всего спектра предоставляемых законодательством возможностей необходимо рассмотреть варианты не только приватизации имущественного комплекса МУП, но и создания нового АО с возможностью участия в его капитале как самого

муниципального образования, так и потенциального инвестора, а при необходимости и менеджмента коммунального предприятия.

При реорганизации необходимо сформировать наиболее приемлемую структуру акционерного капитала, способную с одной стороны привлекать инвесторов, а с другой снизить риски утраты объектов коммунальной инфраструктуры. Возможны три варианта:

- 1) у муниципального образования 100 % акций;
- 2) у муниципального образования от 50 % до 75 % акций;
- 3) у муниципального образования менее 50 % акций.

Во всех способах преобразования МУП в ОАО (кроме 1) происходит смена формы собственности, что повлияет на способы и источники финансирования капитальных вложений. При муниципальной форме собственности инвестиции привлекаются за счет средств муниципального бюджета, при смешанной – средства муниципального бюджета и средства частного инвестора.

Смена организационно-правовой формы меняет схему распределения прибыли (МУП - за собственником имущества, находящегося в хозяйственном ведении предприятия закреплено право на получение части прибыли от использования данного имущества; ОАО – право акционеров на получение дивидендов), систему уплачиваемых налогов (налог на имущество), начисление амортизации. На ценообразование акционирование МУП в ОАО не повлияет.

Из основных вариантов преобразования имущества следует выбрать тот, который приведет к увеличению денежного потока предприятия.

Список использованных источников:

1 Башмаков И.А., Папушкин В.Н. Комплексные программы развития и модернизации коммунального хозяйства города // ЖКХ: журнал руководитель и главного бухгалтера. – 2006. - № 6.

2 Белоусов К.А. Финансовые аспекты приватизации муниципальных предприятий // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2005. - № 10.

3 Иванов С.Г., Лившиц З.В. Преобразование муниципальных унитарных предприятий ВКХ в открытые акционерные общества // ЖКХ: журнал руководитель и главного бухгалтера. – 2006. - № 7.