



СОВРЕМЕННАЯ НАУКА :
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

ЭКОНОМИКА И ПРАВО

№ 5–6 2014 (май–июнь)

Учредитель журнала Общество с ограниченной ответственностью
«НАУЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

Редакционный совет

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

Издатель: Общество с ограниченной ответственностью
«Научные технологии»

Адрес редакции и издателя:
109443, Москва, Волгоградский пр–т, 116–1–10
Тел./факс: 8(495) 755–1913
E–mail: redaktor@nauteh–journal.ru
Http: // www.nauteh–journal.ru
Http: // www.vipstd.ru/nauteh

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

Scientific and practical journal



В НОМЕРЕ:

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ
НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, СТАТИСТИКА
МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ
ЭКОНОМИКИ
ПРАВО

Журнал издается с 2011 года

Редакция:

Главный редактор

В.Н. Боробов

Выпускающий редактор

Ю.Б. Миндлин

Верстка

VIP Studio ИНФО (www.vipstd.ru)

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

В течение года можно произвести
подписку на журнал непосредственно в редакции

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

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

Журнал отпечатан в типографии

ООО «КОПИ–ПРИНТ»
тел./факс: (495) 973–8296

Подписано в печать 25.06.2014г.
Формат 84x108 1/16
Печать цифровая

Заказ № 0000
Тираж 2000 экз.

ISSN 2223-2974



ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ
ХОЗЯЙСТВОМ

Е.А. Леденцова, Д.С. Булдакова – Проблемы вывода инновационной продукции на рынок Пермского края
K. Ledentsova, D. Buldakova – Output problems of innovative products to market Perm Region3

Е.А. Леденцова, М.В. Жаркова – Продвижение спортивной индустрии (на примере Континентальной Хоккейной Лиги)
K. Ledentsova, M. Zharkova – Promotion of sport industry (A case study of the Kontinental Hockey League)9

Е.А. Леденцова, А.А. Пинягина – Контент-анализ сайтов дополнительного образования как средство для разработки рекомендаций реконструкции сайта РИНО ПГНИУ (регионального института непрерывного образования ПГНИУ)
K. Ledentsova, A. Pinyagina – Site-Content analysis additional education as a means for guidance for reconstruction site RINO PGNIU (regional institute of continuing education PGNIU)12

Э.А. Медведева, С.И. Гулиева – Продвижение салонов красоты посредством "Купонного Бизнеса"
E. Medvedeva, S. Gulyeva – Promotion through beauty salons "Coupons Business"16

Э.А. Медведева, А.Р. Ишмуратова – Конкурентный анализ ключевых игроков рынка ЭКО-продуктов Пермского края
E. Medvedeva, A. Ishmuratova – Competitive analysis of key players in the ECO-products of Perm Krai19

Н.В. Мунтяну, И.В. Харин – Современное состояние рынка ОСАГО: проблемы и перспективы урегулирования убытков
N. Munteanu, I. Harin – Современное состояние рынка ОСАГО: проблемы и перспективы урегулирования убытков22

Д.Д. Шаклеина – Эффективность государственной поддержки сельского хозяйства в рамках членства России в ВТО
D. Shakleina – The effectiveness of the state support of agriculture in the Russian WTO membership30

И.М. Шевелев – Анализ влияния базовых факторов на цены цветных металлов
I. Shevelev – Analysis of influence factors on the base price of non-ferrous metals35

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

В.В. Баталова – Объединение бизнеса
V. Batalova – Business Combinations41

А.М. Годин – Понятие и виды Интернет-трейдинга
A. Godin – Concept and types of Internet tradingv46

К.Г. Дробот – Кредиты и займы
K. Drobot – Loans and borrowings48

Е.И. Жителева – Учет расчетов с разными дебиторами и кредиторами
E. Zhiteleva – Settlements with various debtors and creditors53

Е.Н. Кадашникова – Венчурное финансирование
E. Kadashnikova – Venture Financing58

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, СТАТИСТИКА

А.В. Воронков – Исторические предпосылки развития учета финансовых результатов за рубежом
A. Voronkov – Historical background of account financial results abroad65

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ
МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ

Р.С. Бажанов – Веб-анализ на основе данных: основные показатели аналитических инструментов
R. Bazhanov – Web-based data analysis: basic indicators of analytical tools67

ПРАВО

М.М. Борисевич – Антимонопольное регулирование: проблемы и пути решения
M. Borisevich – Antitrust regulation: problems and solutions ..72

Е.С. Витовская – Некоторые вопросы добровольной сдачи наркотических средств, лицами, отбывающими наказания, связанные с изоляцией от общества
E. Vitovskaya – Some questions the voluntary surrender of drugs, persons serving penalties associated with isolation from society76

И.Ю. Остапович – Судебные органы конституционного контроля в современной практике зарубежных стран
I. Ostapovich – Judicial bodies of the constitutional control in the modern practice of foreign countries80

ИНФОРМАЦИЯ

Наши Авторы / Our Authors87

Требования к оформлению рукописей и статей для публикации в журнале88



ПРОБЛЕМЫ ВЫВОДА ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ НА РЫНОК ПЕРМСКОГО КРАЯ

OUTPUT PROBLEMS OF INNOVATIVE PRODUCTS TO MARKET PERM REGION

*K. Ledentsova
D. Buldakova*

Annotation

The article investigates the output to market and promote innovative products in the Perm region. Issues of interaction with consumers producer, as well as problems within the firm relationship between the developers and the marketing department. As an example, consider creating innovation in the Perm region – a device for monitoring the state of the cardio-vascular system. Identified the most pressing problems faced by innovative enterprises promote their products. As a solution to difficulties encountered in the release of a new product on the market, offered one of the modern and affordable ways to promote through the website.

Keywords: product innovation; problems of moving; relationship of producer and consumer; market research; site as a promotional tool.

*Леденцова Екатерина Алексеевна
ФГБОУ ВПО "Пермский государственный
национальный исследовательский университет"
Булдакова Дарья Сергеевна
ФГБОУ ВПО "Пермский государственный
национальный исследовательский университет"*

Аннотация

Статья посвящена проблемам вывода на рынок и продвижения инновационной продукции в Пермском крае. Рассмотрены вопросы взаимодействия производителя с потребителями, а также проблемы взаимосвязи внутри фирмы между разработчиками и отделом маркетинга. В качестве примера рассматривается созданная инновация в Пермском крае – прибор для мониторинга состояния сердечно-сосудистой системы человека. Были выявлены наиболее актуальные проблемы, с которыми сталкиваются инновационные предприятия при продвижении своей продукции. В качестве решения трудностей, возникающих при выходе нового продукта на рынок, предложен один из современных и доступных способов продвижения через интернет-сайт.

Ключевые слова:

Инновационный продукт; проблемы продвижения; взаимосвязь производителя и потребителя; маркетинговое исследование рынка; сайт как инструмент продвижения.

Инновация – это временная монополия на рынке. Это уникальный продукт по свойствам и качествам не похожий ни на один предыдущий, выполняющий по существу те же функции; или же совершенно новый, ранее неоткрытого предназначения; возможно также, что этот продукт производился ранее, но не был доступен широким массам, а производитель смог внедрить новую инновационную технологию, благодаря которой удалось снизить издержки и выровнять цену до доступной большинству. В данном случае неважно, какая перед нами инновация. Главное понимать, что на рынок выходит новый продукт с уникальными атрибутами, про которые потребители пока ещё не знают. Ещё совсем недавно и мобильный телефон, и Интернет, и даже телевизор, – всё это были инновации. Сейчас уже сложно представить, как жить без этих привычных повседневных вещей. Они стали нужны потребителям, производитель (инноватор) сделал так, чтобы они стали нужны, причём сначала для ограниченного круга лиц, а позднее для всего потребительского рынка.

Рассмотрим проблемы, связанные с продвижением инновационной продукции, на примере – прибора для мо-

нитинга состояния сердечно-сосудистой системы человека, созданного на предприятии Пермского края, который прошел все сложные этапы разработки, но несколько лет никак не реализуется на рынке региона. Предлагаемая система мониторинга, в отличие от существующих, значительно расширяет диагностический диапазон врача-кардиолога. Важным преимуществом прибора является возможность расшифровки данных немедленно по их получению – в режиме "онлайн" с возможностью подачи сигнала. Аппаратный комплекс позволяет получать полный набор характеристик состояния сердечно-сосудистой системы человека в динамике для выявления возможных патологий и получение рекомендаций.

Идея создания комплекса возникла на основе, неутешительной статистики Пермьстата. [6] На сегодняшний день регистрируется высокая смертность от сердечно-сосудистых заболеваний (ССЗ), составляющая около 56% от всех причин смерти людей, а это 21 тыс. человек в год (по данным статистики за 2012 г.), из них в трудоспособном возрасте умирает почти 4 тыс. человек (32,6% от общей смертности в трудоспособном возрасте).

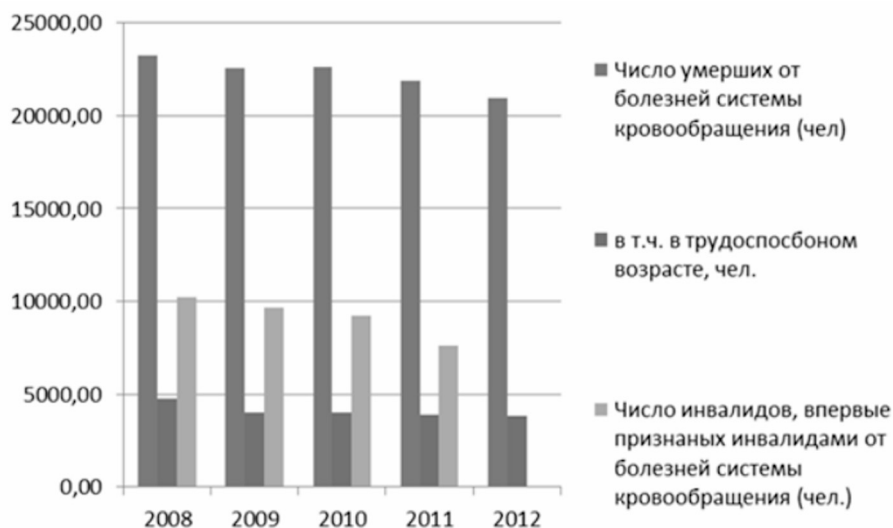


Рис. 1. Смертность от ССЗ в Пермском крае

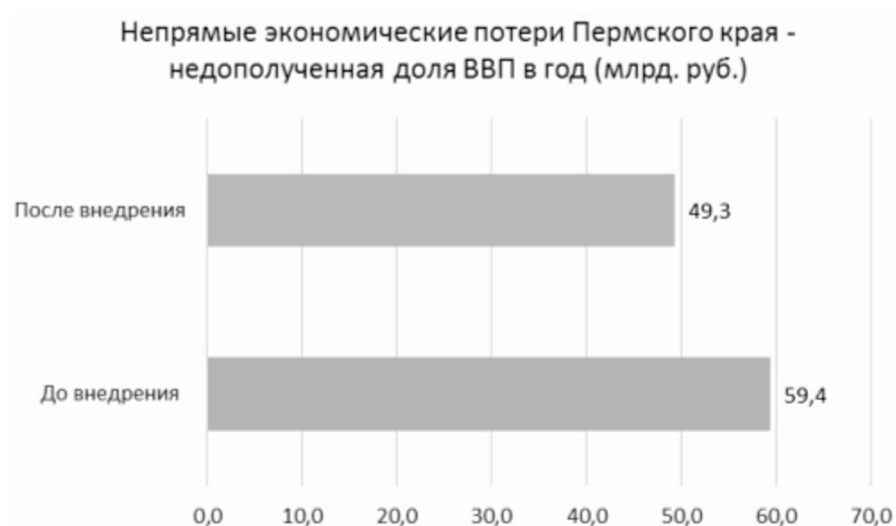


Рис. 2. Экономические потери Пермского края по листкам нетрудоспособности по причине ССЗ в год (млн. руб.)

В 2012 году из числа работающих лиц у которых впервые были выявлены заболевания 9,4% составили болезни сердечно-сосудистой системы. Ежегодно у 2% населения Пермского края впервые диагностируют болезни системы кровообращения. Аналогичную ситуацию можно наблюдать и в целом по стране. Болезни органов кровообращения занимают лидирующие места в структуре причин смертности населения РФ уже много лет. Ежегодно в России от сердечно-сосудистых заболеваний умирает более 1 млн. человек, из них около 100 тыс. заболевших в трудоспособном возрасте, а около 375 тыс. человек становятся инвалидами.

Сложившаяся ситуация обусловлена, прежде всего, недостаточными возможностями врачей и ученых в области ранней диагностики и оптимизации тактики лечения больных.

Был проведён расчет социально-экономического эффекта от внедрения прибора в медицинскую практику на примере Пермского края. При расчетах были учтены официальные данные по заболеваниям сердечно-сосудистой системы человека полученные из Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю за 2011–2012 гг.

Полученные данные говорят о том, что ежегодно экономика Прикамья по причине ССЗ несёт экономические потери в размере 28,2 млн. руб. (по листкам нетрудоспособности), непрямые экономические потери (недополученная доля ВВП) – более 59 млрд. руб. в год.

Результаты проведённого исследования показали, что после массового внедрения комплекса смертность от

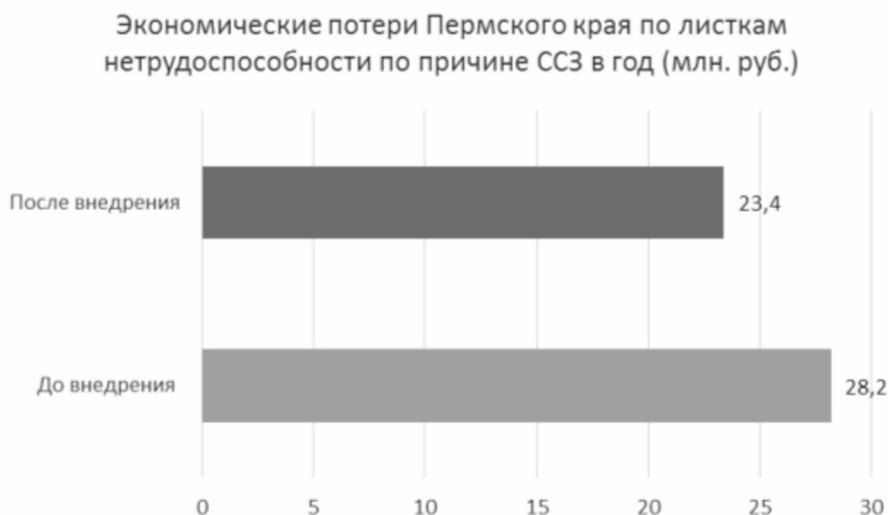


Рис. 3. Непрямые экономические потери Пермского края - недополученная доля ВВП в год (млн. руб.)



Рис. 4. Социальный эффект от внедрения системы в Пермском крае (человек)

ССЗ сократится на 10%, инвалидность – на 20%, и возможно 95–100% обнаружение признаков ССЗ на всех стадиях заболевания. Экономические потери по листкам нетрудоспособности за год сократятся более чем на 4,8 млн. руб., непрямые экономические потери – более чем на 10 млрд. руб.

Таким образом, на проиллюстрированном выше примере, наблюдается разрыв между производителем и потребителями. Потребность в продукте существует, это показывают выше приведенные цифры, продукт произведен, но нет обратной связи.

Проблемы инновационного бизнеса в России в значительной степени связаны с недостаточным развитием маркетинга в научно-технических организациях и на инновационных предприятиях. Одной из важнейших проб-

лем инновационной компании становится маркетинговое сопровождение создания новых продуктов.[2] Требуется, ещё до первой стадии разработки НИОКР, проводить маркетинговый анализ, который должен идти параллельно с разработкой самого продукта.

Производителям рассматриваемого прибора удалось внедрить в лечебные заведения города несколько образцов, которые сразу нашли положительные отзывы, как у врачей, так и у пациентов. Но на этом этапе, к сожалению, всё приостановилось. На предприятии отсутствует взаимодействие между инновационным отделом и маркетинговым. Для успешного вывода нового продукта на рынок должны быть интегрированы в процесс не только участники разработки, непосредственно знающие все нюансы своего продукта, но и целая команда маркетологов, менеджеров-продажников, специалистов по рекла-

Таблица 1.

Статистические показатели по Пермскому краю за 2009-2012 гг. [7]

Показатель	2009	2010	2011	2012
Инновационная активность организаций (удельный вес организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций) (процентов)	23,7	21,3	13,6	14,1
Объем инновационных товаров, работ, услуг (млн.рублей)	21 739,9	65 316,7	77 356,2	83 326,2
Затраты на технологические инновации организаций (млн.рублей)	9 773,1	9 552,9	17 033,5	22 762,0
Созданные (разработанные) передовые производственные технологии (единиц)	16	15	25	18
Используемые передовые производственные технологии (единиц)	5295	5182	4510	4392

ме и продвижению. Только при взаимодействии и слаженной работе можно достичь результата.

Далее рассмотрим, развит ли сам рынок инновационной продукции Пермского края. С точки зрения соотношения потенциалов, структурные характеристики и отраслевые особенности региональной экономики обуславливают средний уровень инновационного потенциала Пермского края. Однако, по мнению авторов отчета "Система оценки инновационного развития субъектов Российской Федерации", Пермский край входит в группу сильных инноваторов, наряду с Самарской, Нижегородской, Московской и Ленинградской областями. Пермский край занимает седьмую строчку: его ИИРР – 0,34, а от среднероссийского уровня – 150%. Такую позицию Пермскому краю обеспечивает в т.ч. политика региональных властей, направленная на инновационное развитие региона [1].

Из таблицы видно, что инновационная активность организаций постепенно с 2009г. снижается, как и используемые передовые технологии. При этом объём инновационных товаров, работ, услуг, напротив, увеличивается вместе с увеличением затрат на технологические инновации организаций. Таким образом, можно сделать вывод, что предприятия Пермского края готовы развивать свою инновационную деятельность, готовы разрабатывать и выпускать новые продукты, но зачастую по разным причинам их деятельность тормозится. Один из таких факторов – отсутствие маркетингового сопровождения, стратегии продвижения инновационной продукции. Мало создать инновацию, вложив в неё немалую долю инвестиций, нужно её ещё и продать конечному потребителю.

Проблемы продвижения на рынок инновационной, не-

знакомой для потребителя продукции, связаны, прежде всего, с риском непредсказуемости реакции покупателей. Это характерно для компаний, действующих в любой отрасли, но для рынка высокотехнологичной продукции, где скорость обновления продукции особенно высока, это особенно актуально. Инновационный продукт может "провалиться" без должной подготовки потребителя, без продуманной стратегии выведения данного продукта на рынок. Необходим, прежде всего, детальный анализ рынка, проведение целого комплекса маркетинговых исследований.

Существует несколько направлений маркетинговых исследований, выбор которых зависит от решаемых задач, ситуации на рынке, позиций компаний на рынке и имеющихся у компании ресурсов. Для начинающей инновационной компании наиболее подойдет такой особый метод исследования рынка как "исследование рынка ногами". Если бизнес не достаточно велик, чтобы позволить провести исследование с привлечением экспертов, можно заняться сбором информации самостоятельно. Если продукт может быть востребован в различных отраслях, то следует встретиться с представителем каждой из них.

Для изучения потребителя для начала понадобится ответить на следующие вопросы:

- ◆ Что покупается на рынке;
- ◆ Почему покупается, каковы мотивы покупки;
- ◆ Кто является покупателем, кто принимает решение о покупке;
- ◆ Когда покупают (покупательские привычки, процесс принятия решения);

- ◆ Сколько покупают (количество и частота покупки);
- ◆ Где совершают покупку.

Ответив на эти вопросы, можно составить портрет целевого потребителя. И, исходя из этого, строить всю дальнейшую стратегию продвижения. [2]

Ещё одним важным моментом является ответ на вопрос: "Как и из каких источников покупатели узнают об уникальном товаре?".

Для малых инновационных компаний, особенно, находящихся на этапе start-up, наиболее актуальными, будут следующие каналы ознакомления с новым продуктом:

- ◆ Интернет;
- ◆ Газеты и журналы определённой тематики и направленности;
- ◆ Отраслевые выставки и конференции.

Пожалуй, самый простой способ вывода инновации на рынок и её продвижения – это создание сайта. В сложившейся ситуации, когда продукт уже разработан, но потребитель ещё не знает о его существовании, наиболее подходящим и верным должен стать именно этот путь. Покупатели смогут найти Вас через рекламу в Интернете, подробно познакомиться с продуктом, задать вопросы в режиме "он-лайн".

Сайт как инструмент продвижения выгодно отличается от других традиционных способов. Во-первых, определяется возможность отражения всей полноты информации о реализуемых продуктах и инновационных разработках; во-вторых, мультимедийная природа сайта позволяет применять весь спектр видов информации при контакте с целевыми аудиториями – текст, графика, звук, видеоизображение, трехмерная графика; в-третьих, гипертекстовая технология предоставляет потребителю возможность самому контролировать параметры поиска и получение информации об объекте.

Особенность комплекса продвижения продукции через сайт заключается в ее двухуровневом построении. Первым уровнем будет являться прямая реклама в виде баннеров, текстовых блоков и других носителей, размещаемых на соответствующих тематических web-сайтах и рассылаемых по электронной почте. Продвижение инновационных продуктов может осуществляться также посредством поисковых систем, тематических каталогов, конференций и т.д. Основная задача прямой коммерческой рекламы в среде Интернет состоит в привлечении внимания потенциальных потребителей, а также инвесторов к новым разработкам и более подробном знакомстве с ними через информацию на сайте. Вторым уровнем становится сам web-сайт, передающий основной объем информации о новом продукте. [4]

Распространенная ошибка для большинства современных предпринимателей – это принятие среды электронных коммуникаций только как средства продажи продукта. Но производитель забывает, что "коммуникация" должна предполагать взаимный обмен информацией. [6] Потребитель обязательно должен иметь возможность обратной связи с производителем. Это должна быть возможность задать все интересующие вопросы и получить на них своевременный ответ специалиста. Кроме того, возможность оставить отзыв о вашем товаре, если вы уверены в своём продукте, то это ещё и дополнительная отличная реклама – "сарафанное радио" – самый быстрый и бесплатный способ продвижения вашего товара.

Следует помнить, что существует три причины, приводящие к тому, что на новую идею на рынке у потребителя нет положительной реакции: 1) о существовании нового коммерческого предложения потребитель не знает; 2) те потребители, которые имеют об этом предложении какую-либо информацию, сочли ее для себя неинтересной; 3) информация о предложении недостаточно интересна потребителям в силу наличия у них других потребностей.

Первую проблему можно решить с помощью первого уровня комплекса продвижения продуктов через сайт, а для решения второй и третьей потребуются возможности второго уровня.

Формирование продвижения инновационных продуктов через сайт должно обязательно учитывать специфику Интернет-среды. "Интернет, будучи специфической средой, диктует свои жесткие условия. Как нельзя передвигаться по земле и водной толще одинаковым способом, так нельзя и продвигать бренд и тут, и там, используя одни и те же акценты", – Овечкин А.В.

Проведение мероприятий по продвижению нового уникального продукта через сайт должно основываться на принципах системного, планомерного подхода, начиная с постановки конкретных целей проводимых мероприятий, методов и используемых средств и заканчивая оценкой эффективности, анализом результатов и выработкой рекомендаций на будущее. [4]

Таким образом, основным барьером для вывода инновационной продукции на рынок является недостаточная разработанная стратегия продвижения нового продукта. В этом направлении можно выделить две основных проблемы малого инновационного предприятия – внутреннюю и внешнюю.

Внутренняя проблема лежит в основе управления предприятием, в недостаточной интеграции между отделами, разрабатывающими новым продукт и продвигающими его, или вообще в отсутствии отдельного маркетингового отдела.

Внешняя проблема заключается в отсутствии взаимосвязи между производителем и конечным потребителем. Обратную связь должны налаживать маркетологи, предварительно проведя маркетинговое исследование рынка и наметив основную стратегию продвижения.

Чтобы успешно функционировать и превосходить конкурентов в процессе разработки и выведения на рынок новых продуктов, предприятие должно осуществлять эффективную коммуникационную политику в продвижении инноваций на рынке. Для успешной реализации вы-

пускаемой продукции, прежде всего, должна быть налажена тесная взаимосвязь между всеми стадиями создания инновации, начиная от проведения НИОКР и заканчивая продажей продукта конечному потребителю, т.е. от идеи к покупателю.

Нельзя производить продукт, не зная портрет своего конечного потребителя и важно помнить один из основных принципов менеджмента инноваций: "Плохая идея при хорошем менеджменте может завоевать рынок, а хорошая идея при плохом менеджменте – никогда"

ЛИТЕРАТУРА

1. Борисова Н.В., Воронова К.А. Государственная политика по продвижению инноваций в Пермском крае: Подходы, направления и проекты.
2. Выведение инновационного продукта на рынок URL: <http://old.ied.econ.msu.ru> (дата обращения: 10.04.2014)
3. Гавриков Андрей: Сайт, который слышит клиента и увеличивает прибыль. Реально?! // Практика интернет-маркетинга. №17. 2013. URL: <http://www.e-хес-utive.ru/community/articles/1785078/> (дата обращения: 12.04.2014)
4. Гладких Я. Н., Русакова Е. В. Использование интернет-сайта как одного из способов развития компании (на примере ОАО "Акционерная компания лысьвенский металлургический завод" Пермского края) // Вторая международная дистанционная научно-практическая конференция "Современные гуманитарные и социально-экономические исследования". Т. 3. С. 84–88
5. Новикова К.В., Курило М.С. Нестандартные маркетинговые коммуникации как эффективный способ продвижения торговых марок на российском рынке. // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия "Экономика и право". № 5–6 2013. С. 27–29
6. Савченко Ю.Ю. Ключевые вопросы продвижения продукта вуза через сайт // ЭКОНОМИКА. С. 306–310
7. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. URL: <http://permstat.gks.ru> (дата обращения: 9.04.2014)
8. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 9.04.2014)

© Е.А. Леденцова, Д.С. Булдакова, [kсения--27@yandex.ru], Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



Пермский государственный национальный исследовательский университет

ПРОДВИЖЕНИЕ СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ (НА ПРИМЕРЕ КОНТИНЕНТАЛЬНОЙ ХОККЕЙНОЙ ЛИГИ)

PROMOTION OF SPORT INDUSTRY (A CASE STUDY OF THE KONTINENTAL HOCKEY LEAGUE)

*K. Ledentsova
M. Zharkova*

Annotation

The article examines the problems of promotion of hockey in Russia, based on the evaluation of foreign experience. The authors analyze the sources of income of the Kontinental Hockey League. There were proposed marketing communication tools for developing the hockey league.

Keywords: integrated marketing communications, promotion, hockey, league, fans.

*Леденцова Екатерина Алексеевна
ФГБОУ ВПО "Пермский государственный
национальный исследовательский университет"
Жаркова Мария Владимировна
ФГБОУ ВПО "Пермский государственный
национальный исследовательский университет"*

Аннотация

В статье рассматривается проблематика продвижения хоккея в России, на основе оценки зарубежного опыта. Анализируются источники дохода Континентальной Хоккейной Лиги. Предложены маркетинговые коммуникационные средства продвижения для развития хоккейной лиги.

Ключевые слова:

Интегрированные маркетинговые коммуникации, продвижение, хоккей, лига, болельщики.

За последние годы индустрия спорта в России показала значительные темпы развития. Совершенствование технологий, средств массовой информации дает возможность практически каждому желающему прийти на матч любимой команды, посмотреть он-лайн трансляцию или просто проанализировать итоги игры с помощью специального приложения в своем гаджете. В России создано большое количество лиг разных видов спорта, это футбол, волейбол, баскетбол, хоккей и т.д. Каждая лига сталкивается с проблемой привлечения и увеличения числа болельщиков. Использование маркетинговых методов продвижения может способствовать развитию и увеличению интереса к деятельности определенной лиги или отдельного вида спорта.

Континентальная Хоккейная Лига (КХЛ) – молодая открытая международная лига, старт деятельности которой был дан в 2008 году. Лига объединяет 28 клубов из 8 стран Евразии. В состав Лиги помимо клуба входят также Высшая и Молодежная хоккейные лиги. Клуб-победитель признается чемпионом России, независимо от национальной принадлежности. КХЛ создавалась, ориентируясь не только на удовлетворение нужд болельщиков, игроков и федерации, но и на извлечение коммерческой выгоды, как это делается в Национальной Хоккейной Лиге. Поэтому очень важно выстроить рациональный, доступный и эффективный план по продвижению отдельных клубов и лиги в целом.

Существует много интерпретаций понятия продвиже-

ние. Согласно Эвансу, продвижение (promotion) – это любая форма сообщений, используемых фирмой для информации, убеждения или напоминания людям о своих товарах, услугах, образах, идеях, общественной деятельности или влиянии на общество.[3] Методы продвижения: реклама, PR, прямые продажи или стимулирование сбыта, направлены не только на извлечение прибыли с помощью воздействия на покупателя, но еще и на формирование положительного, престижного имиджа.[5] В нашем случае важно, чтобы потребитель для себя выделил именно КХЛ, как структуру, отличающуюся от других спортивных видов своей готовностью к нововведениям, к удовлетворению потребностей болельщиков.

Для обозначения главных целей продвижения КХЛ, прежде всего, стоит провести анализ состояния спортивной индустрии в стране. До 10 миллионов россиян ежемесячно пользуются поисковой системой "Яндекс" в целях узнать новости футбола. На втором месте по уровню популярности находится хоккей. Количество запросов вырастает от 6 до 8 млн. в месяц. Затем идут автоспорт, баскетбол, бокс, биатлон, волейбол. Стоит отметить, что популярность видов спорта варьируется от региона. Так, в Чечне и Махачкале болельщики увлечены футболом, а в Омске и Челябинске свои предпочтения зрители отдают хоккею. Интерес к клубу сопоставим с его успехами, команда приносящая своему городу победы зачастую становится центром всеобщего внимания. [4]

КХЛ стремится занять своё положение на рынке

спортивных развлечений. Осознавая всю серьезность своих конкурентов, лиге стоит развивать свои сильные стороны: возможность предоставления семейного времяпрепровождения, пропаганда лояльного и неконфликтного поведения болельщиков на арене и за ее пределами. Для увеличения целевой аудитории КХЛ планирует расширение списка клубов, используя азиатский регион, строительство новых стадионов и открытие детских спортивных школ, последующее использование инфраструктуры Олимпиады для проведения текущего чемпионата, мировых турниров, а также Матча Звезд КХЛ.

Рассматривая возможные варианты маркетинговых усилий в целях распределения КХЛ и отдельных товаров данной отрасли, можно с уверенностью остановить свой выбор на стратегии pull. То есть "втягивание" клиента в хоккейную сферу. Название лиги уже само по себе вызывает у потребителей ассоциации с данным видом спорта, вызывает определенные эмоции, образует в голове картинку происходящего на льду действия, образ болельщика и все необходимые атрибуты для поддержания своей команды.

Целевой сегмент хоккейного рынка с достоверной точностью определить сложно, но это преимущественно мужчины старше 18-ти лет. Доля заинтересованных женщин значительно меньше, но также присутствует.

По опубликованным данным стало известно, что 2012 год лига впервые за период своего существования закончила с чистой прибылью. До 2012 КХЛ получала операционную прибыль, которая впоследствии реинвестировалась. Точные данные о размерах прибыли КХЛ не раскрывает, однако, как стало известно СМИ, в 2011 году выручка лиги составила примерно 1 млрд. рублей, валовая прибыль – 540 млн. рублей, а чистый убыток – 45 млн. рублей. По оценкам специалистов, доходы лиги в 2012 году выросли на 20%.

Основную долю дохода (80%) КХЛ получают благодаря коммерческим поступлениям со стороны спонсоров и владельцев команд. Оставшуюся часть между собой делят доходы от продажи билетов и прав на телетрансляцию (по 10%). КХЛ является российским аналогом НХЛ, поэтому следует обратиться к структуре дохода заокеанской лиги. Около 50% общего дохода в лигу Северной Америки приходит благодаря продаже билетов, 35% составляют коммерческие взносы и распространение сувениров и атрибутики, оставшиеся 15% – продажа прав на трансляцию. [4]

Для более рационального и коммерчески обоснованного распределения источников доходов, КХЛ стремится к улучшению качества телевизионной трансляции. Если данная цель будет достигнута, то это впоследствии должно привести к заключению новых контрактов и расширению сетки вещания матчей (трансляции уже осуществляются в Америке и Англии). Что касается продажи хоккейных сувениров, карточек, атрибутики, то, возможно, низкая популярность данной продукции связана с заявленной ценой товаров и имиджем лиги. Наиболее охотно болельщики приобретают шарфы любимой команды. Таким

образом, КХЛ стоит задуматься о расширении ассортимента, соблюдая ценовые предпочтения клиентов. Помимо этого, товары с символикой лиги и клубов не рассчитаны на женщин и детей, а целевая аудитория хоккея включает не только мужчин.

Результативность продвижения Лиги можно оценить по уровню посещаемости арен. В 2012 году самым посещаемым стадионом КХЛ стал стадион клуба Динамо Минск, средняя заполняемость арены составила 94%. На втором месте команда из Санкт-Петербурга СКА – вместимость арены составляет 11,5 тыс. человек, в среднем на матч приходили 10,1 тыс. человек. В тройку лидеров входит Омский Авангард, всего за 2012 год стадион команды посетило примерно 245 тыс. человек. Замыкают рейтинг Автомобилист, ЦСКА, Витязь и Спартак. Нежелание болельщиков приходить на арену в Екатеринбурге можно объяснить неудачным выступлением клуба. ЦСКА и Спартак являются столичными клубами, пустые арены этих команд способны вызвать серьезные проблемы и опасения руководства клубов и лиги. Для структурирования возможных идей использования маркетинговых коммуникационных средств продвижения и выделения их значения в развитии хоккейной отрасли были разработаны предложения. [2]

Для привлечения большего числа болельщиков на трибуны стоит особое внимание уделить не только успешному выступлению команды на льду, но и обеспечению комфортного времяпрепровождения гостей арены. Многие стадионы нуждаются в проведении реконструкции. Обращаясь к американскому опыту, можно сказать, что на стадионах сконструированы развлекательные площадки и организованы мероприятия для посетителей. Благодаря специальной технике желающие могут почувствовать себя в качестве комментаторов, нападающих, вратарей. Помимо этого, создан специальный зал, посвященный истории клуба и выдающимся спортсменам, музей построен на идее интерактивности и взаимодействия с болельщиками. Ценовая политика продуктов питания на арене не всегда оправдана, в погоне за прибылью организаторы не понимают, что из-за завышенных цен они теряют часть дохода. Хоккей – это такой вид спорта, на который можно приходить всей семьей, поэтому специально оборудованные комнаты для детей могут облегчить времяпрепровождения родителям.

В НХЛ существует сообщество под названием "Хоккей для всех". Эта организация делает доступным занятие хоккеем для мальчиков, девочек, а также для детей с ограниченными возможностями. КХЛ стоит перенять опыт поддержки больных детей. Благотворительное вручение билетов, сувениров и проведение специальных матчей для людей с ограниченными возможностями должны позитивно сказаться на формировании положительного имиджа лиги. [6]

Большая часть поклонников хоккея отслеживают новости, результаты игр, обмена между командами, статистику, пользуясь Интернетом. Для продвижения КХЛ уже созданы специальные каналы и группы в YouTube,

Таблица 1.

Маркетинговые коммуникационные средства продвижения Континентальной хоккейной лиги

Элемент	Значение	Предложения
Реклама	Узнаваемость, долгосрочная известность и положительное отношение зрителей.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Проведение рекламных кампаний не только в городах-участниках КХЛ, но и в крупных городах России; ◆ Транслирование рекламных роликов, как на спортивных, так и на федеральных каналах.
Стимулирование сбыта	Моментный побудитель совершения покупки.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Специальные предложения для детей и людей с ограниченными возможностями; ◆ Организация интерактивных выставок, выставок посвященных истории хоккея ◆ Продажа годовых, семейных пропусков-билетов на матчи; ◆ Распространение сувениров и атрибутики.
Личные продажи	Индивидуальное отношение покупателя к компании, товару.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Продажи билетов через распространителей.
Паблик рилейшнз	Долгосрочное установление доверительных отношений с клиентами.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Налаживание доверительных связей с представителями радио, телекомпаний, печатных изданий, инвесторами. ◆ Создание коммуникационного пространства в Интернете.

Таблица составлена авторами.

Facebook, Twitter, Вконтакте. Существуют специальные приложения для гаджетов Apple и Android. Тем не менее, все эти ресурсы требуют большой доработки, и не стоит останавливаться на достигнутых результатах. К примеру, НХЛ планировал проводить трансляцию части своих матчей через YouTube, так лига стремилась завоевать интерес новой публики к своей деятельности. Помимо этого, НХЛ используют Facebook и Twitter для поддержания диалога между спортсменами и болельщиками.[1]

Реклама КХЛ, как правило, осуществляется лишь на спортивных каналах и в Интернет пространстве, центральные каналы проводят обзор результатов матчей в новостных блоках. Очевидна нехватка рекламной деятельности лиги. Развертывание рекламной кампании стоит осуществлять не только в городах-участниках тур-

нира, но и в больших городах, в которых есть интерес к данному виду спорта.

Не стоит копировать опыт Национальной Хоккейной Лиги, история этой организации насчитывает свои успехи и неудачи, однако, очевидно, что для продвижения хоккейной индустрии следует большее внимание уделить рекламным, благотворительным кампаниям, провести переоценку политики продаж билетов, фирменной атрибутики. Основной деятельностью маркетингового продвижения в этой сфере являются популяризация хоккея среди масс, привлечение новых людей в сферу хоккея. Благодаря правильно выстроенной коммуникационной политике Континентальная Хоккейная Лига способна найти баланс между спортом, развлечениями и коммерческими амбициями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Деловой Петербург. URL: <http://www.dp.ru/101z8/> (дата обращения 15.12.2013).
2. Делука Д. Интегрированный маркетинговый план по преобразованию НХЛ в спорт номер "один" URL: <http://delucajv.files.wordpress.com/2010/11/nhl-final.pdf> (дата обращения 20.12.2013).
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. СПб: Питер Ком. 2006. 896 с.
4. Популярные виды спорта в разных регионах России URL: http://company.yandex.ru/researches/figures/2013/ya_sport.xml (дата обращения 19.12.2013).
5. Пьянкова К., Порвадов М., Мохнаткина В., Веселова А. Выявление латентных знаний потребителей как основа маркетинговых исследований рынка продовольствия // Предпринимательство. 2009. № 7. С. 115–120.
6. Рожков А. КХЛ vs НХЛ: доходы. URL: <http://www.championat.com/business/article-100296-khl-vs-nhl-dokhody.html> (дата обращения 20.12.2013).

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ САЙТОВ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК СРЕДСТВО ДЛЯ РАЗРАБОТКИ РЕКОМЕНДАЦИЙ РЕКОНСТРУКЦИИ САЙТА РИНО ПГНИУ (РЕГИОНАЛЬНОГО ИНСТИТУТА НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПГНИУ)

SITE - CONTENT ANALYSIS ADDITIONAL
EDUCATION AS A MEANS FOR GUIDANCE
FOR RECONSTRUCTION SITE RINO PGNIU
(REGIONAL INSTITUTE OF CONTINUING
EDUCATION PGNIU)

*K. Ledentsova
A. Pinyagina*

Annotation

Currently, the site is an effective tool of integrated marketing communications in additional professional education. On the basis of marketing research – a method of content analysis study of secondary information developed recommendations to the reconstruction site RINO PGNIU (Regional Institute for Continuing Education).

Keywords: Marketing research, content analysis, site services additional education.

*Леденцова Екатерина Алексеевна
ФГБОУ ВПО "Пермский государственный
национальный исследовательский университет"
Пинягина Анна Алексеевна
ФГБОУ ВПО "Пермский государственный
национальный исследовательский университет"*

Аннотация

В настоящее время сайт является эффективным инструментом системы интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере дополнительного профессионального образования. В статье на основе маркетинговых исследований – метода контент-анализа изучения вторичной информации были разработаны рекомендации для реконструкции сайта РИНО ПГНИУ (Регионального института непрерывного образования).

Ключевые слова:

Маркетинговые исследования, контент-анализ, интегрированные маркетинговые коммуникации, сайт, услуги дополнительного образования.

Использование интернет-технологий является условием дальнейшего поступательного развития, повышения рейтинга и конкурентоспособности на рынке образовательных услуг. Сайт центра дополнительного образования, как его основная форма активности в интернете, является осознанной деятельностью в современном информационном обществе. На сегодняшний день интернет играет одну из важных ролей в развитии системы интегрированных маркетинговых коммуникаций дополнительного образования.[11] Практически все учебные заведения создают свои сайты с целью размещения информации, для разных групп целевой аудитории: частных потребителей (для школьников, абитуриентов, студентов, преподавателей, предпринимателей, государственных служащих и просто для людей интересующихся услугами дополнительного образования), корпоративных потребителей (предприятия и организации различных форм собственности, исполнительные органы государственной власти и местного самоуправления). Несомненно, можно сделать вывод, что создание, проработка и продвижение сайта играет важную роль в жизни центров дополнительного образования.

С точки зрения, интернет-маркетинга, сайт – это набор информационных блоков и инструментов для работы

с одним или несколькими сегментами целевой аудитории. Какая информация будет представлена на нем, какие инструменты будут задействованы, как они будут взаимодействовать между собой – все это зависит от выбранной учебным заведением стратегии продвижения образовательных услуг, краткосрочных и долгосрочных задач, а также от типа сегментов целевой аудитории и возможностей контактировать с ней. WEB-сайт может построить отношения с потребителями и членами профессионального сообщества, посещающими интернет, намного лучше, чем большинство других видов маркетинговых коммуникаций.

Для того, чтобы сделать качественный сайт для продвижения услуг дополнительного образования РИНО ПГНИУ, следует проанализировать наиболее эффективные технологии. Сайт должен быть одним из важнейших критериев оценки активности института в интернете, повышая его рейтинг и конкурентоспособность на рынке образовательных услуг не только России, но и за рубежом (должна существовать возможность просмотра сайта на английском языке). Web – сайт выполняет различные функции и позволяет решить огромный спектр задач, таких как: визитная карточка института, продвижение образовательных услуг, новостная лента, форум и т.д.

Таблица 1.

Анализ сайта РИНО ПГНИУ

Положительные характеристики	Отрицательные характеристики
1. Используется в оформлении фотография университета (в правом верхнем углу), чтобы будущие учащиеся имели представление, где и в каких условиях он будет обучаться.	1. Недостаток иллюстративного содержания. Внимание современного потребителя меняется, ему нужны яркие и информативные картинки, которые дадут 50, а может быть и 80% информации.
2. Постоянно обновляющийся новостной блок (пополняется несколько раз в неделю). Повышает имидж РИНО, так как потребители знают о мероприятиях, которые проводятся в РИНО.	2. Информативность главной страницы представлена не в полной мере. (Присутствует новостной блок, некоторые программы, меню, температура, фотография).
3. Существует карта сайта, что облегчит поиск необходимой информации.	3. Сложно найти ссылку на сайт Рино в общедоступных браузерах интернет сети. Первое что выходит при наборе РИНО в браузере - это сайт ПГНИУ.
4. Отсутствуют логические и грамматические ошибки.	4. Структура сайта не логична, каждое подразделение отправляет на различные ссылки и имеет разное оформление.
	5. Некоторые ссылки в оглавлении сайта сливаются, накладываясь друг на друга, что приводит к невозможности их прочтения.
	6. Ссылка "Перечень дополнительных образовательных программ, реализуемых институтом" отсылает пользователей на другой сайт.
	7. Раздел "для справки" имеет содержание в виде ссылок на сайты, которые "имеют отдаленную связь с РИНО".

Таблица составлена авторами.

Анализируя, сайт РИНО ПГНИУ, можно сказать, что он абсолютно не предназначен для работы со своей основной целевой аудиторией. Отсутствует возможность обратной связи (feedback) от пользователей. Сайт не учитывает интересы различных групп пользователей, информация для продвижения образовательных услуг, которые предоставляет данный институт, практически отсутствует. Можно отметить, что страдает визуализация, следовательно, информация плохо запоминается. Также на сайте существуют и грубые дизайнерские и технические ошибки. Плохо реализована функция поиска.[1]

При разработке рекомендации для реконструкции сайта РИНО ПГНИУ, стоит ориентироваться на сайты ведущих российских и зарубежных университетов мира.

При проведении маркетингового исследования интернет-ресурсы были отобраны по определенным критериям. В случае с сайтами российских вузов, отбор был произведен в соответствии с "Национальным рейтингом вузов России": были проанализированы первые десять вузов в рейтинге и их программы дополнительного образования. "Десятка лидеров" выглядит следующим образом:

1. Московский Государственный Университет имени М.В. Ломоносова.
2. Санкт-Петербургский государственный университет.
3. Национальный исследовательский ядерный уни-

верситет "МИФИ".

4. Российский университет дружбы народов.
5. Национальный исследовательский университет МФТИ.
6. Московский национальный исследовательский технический университет имени Н.Э.Баумана.
7. Новосибирский национальный исследовательский государственный университет.
8. Томский национальный исследовательский государственный университет.
9. Томский национальный исследовательский политехнический университет.
10. Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина.

При выборе зарубежных вузов для анализа необходимо было задействовать интернет-ресурсы университетов не просто разных стран, но и разных континентов. В представленных иностранных вузах обучаются не только местные, но и иностранные студенты, которые положительно отзываются о процессе обучения на специализированных форумах.

1. Eurocentres (США, Канада, Мальта, Франция).
2. University of North Carolina Wilmington (США)
3. Humboldt-Institute(Германия)
4. ANU College (Австралия)
5. UJOP UK(Чехия)
6. Taylors College (Новая Зеландия)

7. Canadian International Academy of Business & Technology (Канада)
8. Bradford College (Австралия)
9. Bellerbys College (Великобритания)
10. Harrrogate Tutorial College (Великобритания)

Все вышеперечисленные учебные заведения (как российские, так и зарубежные) объединяет наличие мощной научно-технической базы, опытного профессорско-преподавательского состава, широкого выбора программ основного и дополнительного образования и крупных достижений в области науки и образования. Вузы активно сотрудничают с работодателями, в том числе с предпринимателями и структурами власти, поэтому регулярно отслеживают ситуацию на рынке труда и учитывают ее при организации всей системы обучения в целом.

Проанализировав российские и зарубежные сайты учебных заведений, сложилось несколько основных пунктов, которые делают сайт успешным с точки зрения пользования и визуального восприятия. Прежде всего, это разбивка разделов сайта по рубрикам, находящимся на основных страницах. Практически все зарубежные сайты имеют умеренный, ненавязчивый дизайн без лишних визуальных элементов. Это способствует легкой и удобной навигации, которая повышает уровень комфорта в использовании сайта.

Так же для наиболее эффективного использования сайта необходимо наличие в нем поисковой строки, позволяющей без особых трудностей найти разделы, интересующие любого интернет-пользователя. Яркими примерами таких сайтов могут выступать: университет Кембриджа, университета Торонто, университет Оксфорда, Гарвардский университет и многие другие.[8]

Помимо навигационного удобства пользователю необходимо красивое оформление сайта, это могут быть красочные картинки, сопровождающие определенные разделы информации, флеш-анимация, красивый и приятный глазу фон, видео со звуком.

Что же касается информационного наполнения веб-страниц, то здесь необходимо придерживаться лаконичного изложения информации, потому что человек видя большие тексты, ставит под вопрос дальнейшее их прочтение. Скорее всего, пользователь ищет конкретную информацию, которая может содержаться в одном или двух предложениях.

На основе проведенного контент-анализа сайтов были сформированы рекомендации по реконструкции сайта РИНО ПГНИУ:

1. Главная страница является "лицом" сайта, это то, что видит потенциальный клиент, когда желает ознакомиться с интересующей его информацией. По этой странице посетители будут судить о РИНО ПГНИУ. Поэтому очень важно оформить главную страницу таким образом, чтобы она не отталкивала, а наоборот привлекала внимание и вызывала стремление возвращаться на сайт снова.

Один из способов дизайна главной страницы, это ис-

пользование в оформлении фотографии университета, чтобы потенциальный клиент имел представление, где и в каких условиях он будет обучаться. В верхней части главной страницы (под или над строкой меню) можно разместить, панорамное фото университета.

Сайт должен одинаково хорошо функционировать как на ПК, так и на мобильных устройствах (планшеты, смартфоны). Сайт должен быть создан как минимум в двух версиях: русскоязычной и англоязычной, и в обеих версиях полноценно функционировать. Размещение языковой панели – в верхней части главной страницы.

Оригинальной идеей в этом направлении будет представление новостей в виде сменяющих друг друга фотографий с заголовком события, при нажатии на которые совершается переход на страницу с более подробной информацией. Отображаемые новости должны быть предназначены именно для пользователей сайта и не являться внутренней рабочей информацией для сотрудников РИНО ПГНИУ. Но здесь нужно учесть, что такой прием следует использовать в случае, если главная страница в целом не перегружена фотографиями и другими изображениями. Размещение информации о мероприятиях, проводимых в рамках РИНО ПГНИУ, новые программы, "горящие курсы", коммерческие предложения в виде оформленных анимированных ссылок, при использовании которых происходит переход на страницу с более подробной информацией.

Необходимо присутствие следующих элементов: поиск по сайту, интеграция с социальными сетями и, возможно, раздел FAQ (часто задаваемые вопросы) значимым программам и событиям, проводимым в рамках подразделения.

Оригинальной идеей в этом направлении будет представление новостей в виде сменяющих друг друга фотографий с заголовком события, при нажатии на которые совершается переход на страницу с более подробной информацией. Отображаемые новости должны быть предназначены именно для пользователей сайта и не являться внутренней рабочей информацией для сотрудников РИНО ПГНИУ. Но здесь нужно учесть, что такой прием следует использовать в случае, если главная страница в целом не перегружена фотографиями и другими изображениями. Размещение информации о мероприятиях, проводимых в рамках РИНО ПГНИУ, новые программы, "горящие курсы", коммерческие предложения в виде оформленных анимированных ссылок, при использовании которых происходит переход на страницу с более подробной информацией.

Необходимо присутствие следующих элементов: поиск по сайту, интеграция с социальными сетями и, возможно, раздел FAQ (часто задаваемые вопросы) выгодно их разместить рядом с языковой панелью.

Главная страница может содержать ссылки на программы дополнительного образования, предоставляемые в рамках данного учебного заведения. Это должны быть такие программы, которые в настоящий момент (или в ожидаемом периоде времени) пользуются наибольшей

популярностью. Программы, по которым наблюдается недобор, или которые предлагают очень выгодные условия обучения можно обозначить как "Горячие курсы".

Расположение на главной странице ссылок на дополнительную информацию: книги, сторонние мероприятия, образовательные сайты, которые могут заинтересовать клиентов РИНО ПГНИУ – рекомендуется разместить не более пяти ссылок.

2. Помещение информации о целевых группах на главной странице, поможет облегчить поиск программы дополнительного образования в соответствии с собственными интересами, возрастом и социальным положением.

3. Наиболее оптимальным вариантом для меню сайта рекомендуется положение сверху главной страницы. Оно сразу бросается в глаза и облегчает поиск интересующей информации.

4. Оформление страницы со списком программ: в табличной форме, пункты: наименование, сроки обучения, стоимость об обучении, документ об образовании (+образец), образец (.doc) формы заявления на получение ДО или ссылка на заполнение-онлайн формы, контингент слушателей. Наименование каждой программы должно содержать ссылку на страницу, где содержится более подробная информация о программе ДО.

Интересным приемом, который может также использовать РИНО при оформлении списка программ, это обозначение документа, которое будет выдаваться по окончании обучения, а также его наглядное изображение.

Таким образом, оформление программ в виде таблиц может быть также удачным решением для оформления списка. В таблицу могут быть по аналогии включены пункты: Название программы, Объем, Форма обучения, Сроки, Выдаваемый документ, Стоимость обучения, Це-

левая группа. Сами названия программ могут содержать в себе ссылку для перехода на страницу, где более подробно раскрывается информация о данной программе.

Также на странице со списком программ может размещаться фильтр подбора курсов по определенным критериям. Применительно к РИНО данный прием можно использовать при фильтрации программ ДО по их смысловому содержанию (например, языковые курсы, курсы гуманитарной направленности, курсы технической направленности ит.п.) и по формату обучения (Повышение квалификации, краткосрочные курсы, дополнительное к высшему образованию ит.п.).

5. Возможно, создать отдельный раздел сайта, в котором будет представлена информация о профессорско-преподавательском составе. Нужно описать специализацию каждого преподавателя, его достижения и фотографию.

6. Создать раздел – достижения студентов образовательных программ, чтобы показать, как РИНО позволяет будущим выпускникам устроиться на хорошую и интересную работу, повышая их конкурентоспособность на рынке труда.

Таким образом, чтобы добиться максимального эффекта при реконструкции сайта РИНО ПГНИУ, желательно комбинировать перечисленные рекомендации, разработанные на основе контент-анализа сайтов ведущих российских и зарубежных университетов мира. Учитывая особенности предоставляемых образовательных услуг, качество которых достаточно сложно оценить в условиях факторов внешней и внутренней среды существования сайта, РИНО ПГНИУ должен расширять спектр коммуникационных каналов, со всеми целевыми аудиториями, которые хотят получать услуги дополнительного образования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт РИНО ПГНИУ URL: <http://www.rice.psu.ru/> (дата обращения: 4.04.2014)
2. Веб 2.0 Саммит 2011. URL: <http://www.web2summit.com> (дата обращения: 4.04.2014)
3. Гагин А. Технология работы в глобальных общедоступных сетях // Jet Infosystems. 2006.
4. Маркетинг и современность: сборник научных статей к научно-практическому круглому столу на тему "Роль современного маркетинга в посткризисном развитии экономики России" от 15 декабря 2009 года /под ред. С. В. Карповой и Р. Ю. Стыцюк. М.: ООО "Эльф ИПР", 2010.
5. Мурадова Н. Маркетинг – рыночная инновация в управлении вузом // Ученый совет. 2007. № 2. С. 25–27.
6. Екатерина Шохина "Ставка на интернет" URL: <http://www.expert.ru/articles/2009/01/28/reklama/> (дата обращения: 4.04.2014)
7. Дэвид Боуэн. Что плохого можно сказать о компании по ее сайту, переделать корпоративные страницы стоит даже Apple, Toyota и Google URL: <http://www.forbes.ru/svoi-biznes/marketing/51253-cto-plohogo-mozhno-skazat-o-kompanii-po-ee-saitu> (дата обращения: 3.04.2014)
8. Официальный сайт Оксфордского Университета URL: <http://www.ox.ac.uk/> (дата обращения: 3.04.2014)
9. Официальный сайт Университета Кембриджа URL: <http://www.cam.ac.uk/> (дата обращения: 3.04.2014)
10. Официальный сайт Университета Торонто URL: <http://www.utoronto.ca/> (дата обращения: 3.04.2014)
11. Пьянкова К., Порвадов М., Мохнаткина В., Веселова А. Выявление латентных знаний потребителей как основа маркетинговых исследований рынка продовольствия // Предпринимательство. 2009. № 7. С. 115–120.

ПРОДВИЖЕНИЕ САЛОНОВ КРАСОТЫ ПОСРЕДСТВОМ "КУПОННОГО БИЗНЕСА"

PROMOTION OF BEAUTY SHOPS BY MEANS OF "COUPON BUSINESS"

*E. Medvedeva
S. Guliyeva*

Annotation

In article the market of beauty shops as one of the most successful directions in "the beauty industry" is considered. The market research which purpose was to learn influence of advance of salons through "coupon business" on growth and recognition of the services is conducted.

Keywords: beauty shop, salonny business, advance, coupon business, market, online store.

*Медведева Эвелина Александровна
ФГБОУ ВПО "Пермский государственный
национальный исследовательский университет"
Гулиева Сабина Ибагулу Кызы
ФГБОУ ВПО "Пермский государственный
национальный исследовательский университет"*

Аннотация

В статье рассмотрен рынок салонов красоты как одно из самых успешных направлений в "индустрии красоты". Проведено маркетинговое исследование, целью которого было узнать влияние продвижения салонов через "купонный бизнес" на рост и узнаваемость своих услуг.

Ключевые слова:

Салон красоты, салонный бизнес, продвижение, купонный бизнес, рынок, интернет-магазин.

Стремление человека красиво выглядеть существует на протяжении веков и тысячелетий. "Красивый" бизнес в России с каждым днем пользуется все большим и большим спросом. Открываются новые салоны красоты, СПА, студии загара, медицинские центры – клубы и т.д. Рынок имеет хорошую динамику развития и способен приносить существенную прибыль своим владельцам.

Первые салоны красоты, предлагающие широкий ассортимент процедур для волос, лица или тела, в нашей стране были открыты крупными зарубежными производителями профессиональной косметики, такими как Wella и Ives Rocher. Впоследствии свои салоны стали открывать и российские компании.

Так, в Советском Союзе существовали лишь парикмахерские и единственный Институт Красоты на Новом Арбате. На сегодняшний день в России более 3 000 салонов красоты, оказывающих не только парикмахерские услуги, но и предлагающих разнообразные косметологические процедуры. Для сравнения, в Италии существует 110 000 салонов. С ростом уровня жизни в России, приближающегося к западным меркам, в перечете на наше население, требуется открытие десятков тысяч новых салонов.

Росту числа салонов красоты также способствует стремление населения выглядеть опрятно, ухоженно и

молодо. Сегодня жители России не только ухаживают за волосами и ногтями, но и обращают все большее внимание на коррекцию фигуры, омолаживание кожи, борьбу с последствиями стресса и целлюлитом. Четверть клиентов салонов составляют непривычные ранее посетители – мужчины, озадаченные борьбой с выпадением волос, пивным животом и хронической усталостью. Салоны активно посещает молодежь, стремящаяся ухаживать за кожей с подросткового возраста. За последние два года 30% женщин в возрасте от 30 до 40 лет, ранее посещающие салоны красоты только в качестве клиентов парикмахера, впервые прошли курсы дорогих косметологических процедур – омоложения кожи, подтяжки, коррекции фигуры и т.п.

Безусловно, в этой же сфере работают и фирмы-производители, поставщики оборудования для салонов красоты, косметических препаратов, разработчики новых методик, фирмы, оказывающие разнообразные услуги в этой отрасли (обучение, техническое обслуживание, консультации). Таким образом, на сегодняшний день формируется совершенно новая индустрия салонного бизнеса.

Сейчас салоны красоты предлагают широчайший комплекс услуг от имиджевых до сложных медицинских, таких, как коррекция недостатков лица и фигуры, омоложение, антицеллюлитные программы и другие. По оценке аналитиков в исследовании российского рынка салонов

красоты, в 2012 году рост рынка составил 15% по сравнению с 2011 годом, таким образом, объем рынка составил \$ 13,8 млрд [4].

"Рынок красоты" на сегодняшний день отличается самой высокой диверсификацией, разнообразием услуг от простого ухода до новейших разработок. Данный рынок обладает высокой рентабельностью и сравнительно малым периодом окупаемости (в среднем около 1,5–2 лет).

По сравнению с тем рынком продуктовой розницы, аптек, для которых характерно наличие сильных сетевых компаний, занимающих около 50% рынка, в салонном бизнесе доля крупных фирм не превышает 20% рынка. При этом темпы роста рынка услуг салонов красоты достаточно высокие и в дальнейшем данная тенденция сохранится [7].

С каждым годом уровень конкуренции в индустрии красоты заметно растет. Наступает определенное насыщение рынка предприятиями салонного бизнеса. Как для новых "игроков", так и для уже действующих все актуальнее становится вопрос повышения рентабельности и эффективности своего предприятия. Сейчас в передовых салонах красоты идет сращивание эстетических и медицинских услуг. Салоны делают на это ставку, поскольку клиент хочет получить все в одном месте. Но основная доля выручки салонов красоты приходится на предоставление косметологических услуг. Высокий уровень конкуренции требует качественно новых способов продвижения. Так, например, в настоящее время стало популярным продвигать услуги и повышать свою узнаваемость среди клиентов скидочных купонов и интернет-магазинов по предоставлению товаров и услуг.

Учитывая современные тенденции к увеличению скорости взаимодействия между потребителем и продавцом посредством услуг интернет, социальных сетей, мгновенного сообщения становится удобней взаимодействовать и в части предоставления услуг косметологии [5].

Также следует отметить, что в последнее время большой популярностью стали пользоваться купонные сайты: Groupon, Biglion, Купикупон и т.д.

Продвижение группон-компаний началось в 2008 году с появления американского сайта Groupon.com, который за короткое время открыл множество филиалов в городах США. В Европе же Groupon просто покупал наиболее успешные компании в этом секторе: самая известная сделка – покупка немецкого сайта CityDeal.de. Этот проект, стартовавший в начале 2010 года, за пару месяцев смог получить несколько инвестиционных траншей, каждый на несколько миллионов евро. Бурное развитие компании привело к тому, что уже к лету клон был куплен его прототипом Groupon.com.

В России группон-движение стартовало в конце 2009 – начале 2010 года: тогда в рунете появилось с десяток проектов подобного рода. Один из самых крупных – сайт "Дарбери", менее чем через год своего основания был также куплен Groupon.com.

Сегодня, по оценкам наблюдателей рынка, купонный бизнес находится на пике своего развития. Данные сайты интересны людям, которые пользуются услугами компаний, ориентируясь не на бренд или качество, а лишь на цену. Руководство сервиса утверждает, что клиенты, купившие купоны в Groupon, в большинстве случаев оставляют гораздо больше денег в компании, но, как показывает практика, лишь небольшой процент клиентов действительно тратит несколько больше, чем это позволяет купон.

По данной теме было проведено маркетинговое исследование, цель которого оценить целесообразность продвижения салонов красоты на данных сайтах. Целевая аудитория исследования: женщины от 18 до 30 лет. Результаты опроса приобретения купонов на сайте Biglion показали, что 42% респондентов пользуются услугами сайта Biglion. Данная цифра говорит о том, что потребители регулярно пользуются данным сайтом для визита в салоны красоты. 28 % респондентов редко покупают на сайте купоны на услуги салонов красот (в основном сфера развлечений) и 30 % респондентов не пользуются услугами Biglion [6]. Результаты анкетирования о повторном использовании услуг салонов красоты (без приобретения купна Biglion) показали, что 54% респондентов остаются клиентами данного салона после первого визита, 30% не посещают салон повторно, 16% предпочитают "пробовать что-то новое".

Причины, по которым клиенты не посещают салоны красоты во второй раз, были указаны в комментариях. Ряд комментариев показал, что клиентов отталкивают следующие факторы:

- ◆ персонал салона, отсутствие индивидуального подхода к каждому клиенту;
- ◆ не располагающая внутренняя атмосфера;
- ◆ отсутствие некоторых услуг, прописанных на купонных сайтах и т.д.

Таким образом, руководство сервисов салонов красоты с помощью купонных сайтов должно стремиться не только заинтересовать потенциально потребителя, разместив рекламу на сайте, но и стараться удержать клиента.

Таким образом, маркетинг на купонных сайтах в сфере салонов красоты позволяет их владельцам оценить, какие услуги наиболее востребованы, и дает возмож-

ность оперативно реагировать на изменения в потребительском поведении.

Это позволит салону остаться на рынке и повысить доход.

ЛИТЕРАТУРА

1. Блэкуэлл Р., П. Миниард., Поведение потребителей. М.: 10-е издание, 2007.
2. Борушко, Н. В. Маркетинговые коммуникации: курс лекций. – М.: БГТУ, 2012. 306 с.
3. Голубков Е. Л. Маркетинговые исследования. – М.: Дело, 2008.
4. Кузнецов М. И. Суперприбыльный салон красоты. – М.: Вершина, 2006.
5. Новикова К.В. Курило М.С. Нестандартные маркетинговые коммуникации как эффективный способ продвижения торговых марок на российском рынке // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. № 5-6. 2013. С. 27–29.
6. Официальный сайт ООО "Биглион". URL: www.biglion.ru (дата обращения: 15.04.2014 г.)
7. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 17.04.2014 г.)
8. Черчилль Г., Браун Т. Маркетинговые исследования. – СПб.: Питер, 2007.

© Э.А. Медведева, С.И.Кызы Гулиева, (ksenia--27@yandex.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ КЛЮЧЕВЫХ ИГРОКОВ РЫНКА ЭКО-ПРОДУКТОВ ПЕРМСКОГО КРАЯ

COMPETITIVE ANALYSIS OF KEY PLAYERS MARKET ECO-PRODUCTS PERM REGION

*E. Medvedeva
A. Ishmuratova*

Annotation

This paper describes the main sellers in the market of organic food Perm region. Conducted a competitive analysis of the vendors on the following criteria: range of products, unique products, sales method, the average check, location.

Keywords: ecological products, biopitание, farms.

*Медведева Эвелина Александровна
ФГБОУ ВПО "Пермский государственный
национальный исследовательский университет"
Ишмуратова Алина Ринатовна
ФГБОУ ВПО "Пермский государственный
национальный исследовательский университет"*

Аннотация

В статье рассмотрены основные продавцы на рынке экопродуктов Пермского края. Проведен конкурентный анализ представленных продавцов по следующим критериям: ассортимент продукции, уникальность товаров, способ продаж, средний чек, месторасположение.

Ключевые слова:

Экопродукты, биопитание, фермерские хозяйства.

Сегодня в мире быстрыми темпами растет спрос на экологические продукты. Цены на продукты в данных отделах биопитания в Европе выше, в среднем, на 20%, однако цена не является ведущим фактором при выборе товаров данной категории. Большинство респондентов в данной аудитории предпочитают тратить денежные средства на правильное питание, чем на медицинскую страховку.

Биопитание начало активно развиваться в России с 2010 года. По данным компании TNS в структуре потребления органической продукции в Москве основная доля покупателей (45%) – люди, которые внимательно относятся к своему здоровью и здоровью своих детей. Сегодня за экологически чистые продукты готовы платить 70% москвичей старше 16 лет (6,4 млн чел.). В группе населения с высокими доходами эта доля возрастает до 79%.

В г. Пермь с 2012 года открылось более 11 точек продаж эко-продуктов 6 различных розничных продавцов: "Ваш фермер", "Бардымский фермер", "Деревенька fresh", интернет – магазины "ЕдаЕда", "Прямо с грядки", "Деревенские продукты из Перми". Расширение ассортимента и увеличение количества игроков на рынке ведет к тому, что потребитель может выбирать, какому производителю отдать предпочтение и где приобрести экопродукты, следовательно, к повышению конкуренции между продавцами на рынке.[3] В статье проведена сравнительно-аналитическая оценка перечисленных продавцов экопродуктов по следующим критериям: ассортимент

продукции, уникальность товаров, способ продаж, количество и месторасположение розничных точек продаж, средний чек.

Магазин "Ваш фермер" имеет 6 точек розничных продаж. Магазин работает с крупными и мелкими фермерскими хозяйствами из Пермского, Осинского, Бардымского, Ординского районов Пермского края. Кроме того, магазин сотрудничает с Ординским колбасным цехом, мясным магазином "Дело вкуса" и страусиной фермой "Уральский страус". Всего в списке производителей 30 хозяйств. У магазина заключен договор с Центром исследований и сертификации "Федерал", в рамках которого планируется проводить выборочные случайные лабораторные исследования продуктов без предварительного предупреждения поставщиков о взятии материалов для анализа. Эксперты центра в плановом порядке посетят все хозяйства, представленные на портале и выдадут свое заключение и рекомендации. [6]

Магазин "Бардымский фермер" осуществляет продажу экопродуктов как через точку розничной продажи, так и посредством доставки товаров на дом. Заказ осуществляется на сайте <http://fermer59.com>. В "Бардымском фермере" представлены продукты только Бардымских производителей, благодаря чему осуществляется поддержка местных (Бардымских) производителей. В магазине осуществляется продажа мясных продуктов, меда, молочных продуктов, кондитерских изделий, полуфабрикатов. На каждый продукт, представленный в магазине,

имеются сертификаты соответствия качества. [4]

В интернет-магазине "ЕдаЕда" продажа товара осуществляется только посредством интернет-заказа на сайте edaeda.org. В магазине представлена продукция более 100 наименований. Магазин "ЕдаЕда" сотрудничает с 13 фермерскими хозяйствами, расположенными в Пермском крае. Это, например, Фазанья ферма, рыбное хозяйство в Нытвенском районе Пермского края, утиная ферма в Кукуштане Пермского края, потребительское сообщество в Кудымкарском районе Пермского края и т.д. Все мясопродукты, представленные в магазине, проходит ветеринарное обследование, на молочную продукцию есть сертификаты. На кроликов, часть птицы сертификаты отсутствуют, но животные проходят постоянные ветеринарные обследования. Магазин часто скупает продукцию у небольших хозяйств, что усложняет сертификацию из-за ее высокой стоимости. При получении товара покупатели имеют возможность осмотреть всю продукцию и отказаться от того или иного товара. [7]

В интернет-магазине "Прямо с грядки" заказы производятся через страницу в социальной сети "ВКонтакте", по телефону или электронной почте. Стоимость доставки зависит от общей стоимости заказа. На сегодняшний день в магазине представлена продукция, произведенная только в Усть-Кишертском районе Пермского края.

В интернет-магазине "Деревенские продукты в Перми" в ассортименте представлены молочные продукты, мед, хлеб, овощи и куриное яйцо. Сделать заказ можно через страницу социальной сети "ВКонтакте", по телефону или по электронной почте. Доставка производится только по субботам, что можно отнести к недостаткам. Магазин работает с хозяйствами из Кишертского, Пермского, Нытвенского и Добрянского районов Пермского края.

В декабре 2013 года открылся магазин "Деревенька fresh", продажа продукции в котором осуществляется как через точку розничной продажи, так и посредством доставки на дом. Заказ осуществляется на собственном сайте магазина <http://www.derevenka59.ru>. В магазине представлена продукция производителей Пермского края. [5]

Таким образом, у всех продавцов в продаже имеются молочные продукты, мед, хлеб, овощи и куриное яйцо. Мясные продукты не представлены только в интернет-магазине "Деревенские продукты в Перми". Каждый из рассматриваемых продавцов экопродуктов имеет в продаже уникальные товары, которые представлены в ассортименте только одного магазина.

Уникальным продуктом магазина "Ваш фермер" является бескорковый хлеб, выпекаемый в течение 5 минут при температуре 100 градусов, что способствует сохранению полезных свойств ингредиентов. Покупатели могут

приобрести мясо лошади, которое считается диетическим, перепелиное мясо, топлёный творог.

Уникальным продуктом в магазине "Бардымский фермер" является национальное татарское и башкирское блюдо "чак-чак": восточная сладость, представляющая собой изделия из теста с медом.

Дикое мясо выступает уникальным продуктом в магазине "ЕдаЕда". Потребители могут приобрести лосятину, кабанятину, медвежатину. Охота на дичь ведется, в основном, в Карагайском районе Пермского края. Также в продаже есть морепродукты, которые напрямую поставляются из Мурманска. Также в магазине можно купить био-каши с пчелиным молоком, которые производит пчеловодческая компания "Эко Технологии".

В Интернет-магазине "Прямо с грядки" потребители могут приобрести такие уникальные продукты, как продукты из мяса кролика; хлеб бездрожжевой "Пряный" с кориандром, тмином, имбирем, укропом; хлеб "Шоколадный" а также специи из натуральных местных ингредиентов.

Магазин "Деревенские продукты в Перми" предлагает к продаже проростки пшеницы, являющиеся ценным источником биологически активных веществ, обладающих массой общеукрепляющих и лечебных свойств.

Отличительной чертой интернет-магазина "Прямо с грядки" является наличие в продаже таких товаров, как сушеные грибы, замороженные, садовые и лесныегоды.

Таким образом, наиболее доступными из перечисленных магазинов являются "Ваш фермер", "Бардымский фермер" и "Деревенька fresh", т.к. данные магазины осуществляют продажу экопродуктов как через точки розничной продажи, так и посредством заказа товара через интернет с возможностью доставки на дом. Режим работы розничных точек (в основном с 9:00 до 21:00) является удобным для населения. Наиболее доступным магазином по ценовому критерию является "Бардымский фермер". Наиболее широкий ассортимент биопродуктов представлен в магазине "Ваш фермер".

На сегодняшний день на рынке экопродуктов г. Пермь присутствуют товары, полностью удовлетворяющие существующий спрос на экопродукты (от различных типов хлеба до деликатесных видов мяса). В среднем, каждый магазин содержит 9 направлений, что дает потребителю возможность выбора.

В настоящее время наибольшую актуальность приобретают продажи продукта посредством сети Интернет, но все же предпочтительным каналом доведения товара до потребителя остаются традиционные точки продаж. [2] В данном случае основным критерием успешной реализации товара является месторасположение магазина. Рас-

сма­три­вае­мые в рам­ках ис­сле­до­ва­ния об­ъек­ты рас­по­ло­же­ны в цен­траль­ной ча­сти го­ро­да, что спо­соб­ствует ус­пеш­ной ре­а­ли­за­ции эко­про­дук­тов.

Не­смот­ря на ма­лый опыт Пер­мско­го края в сфе­ре

про­из­вод­ства и ре­а­ли­за­ции эко­про­дук­тов, дан­ное на­прав­ле­ние на се­го­дня ак­тив­но раз­ви­ва­ется и спо­соб­ствует уве­ли­че­нию ин­те­ре­са на­се­ле­ния к здо­ро­во­му пи­та­нию.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

	Ср. чек	Место-расположение	Кол-во точек	Способ продаж	Наименование направлений	Уникальные товары	График работы
Магазин "Ваш фермер"	480	Ул. Газеты Звезда 52, Ул. Ленина 88, ул. Борчанинова 13, ул. Стахановская, ул. Куйбышева (рядом с ТЦ "Колизей"), ул. Чкалова	6	Розничная торговля, интернет продажа	12	Бескорковый хлеб, конина, перепелиное мясо, топленый творог	С 10.00 до 21.00
Магазин "Бардымский фермер"	320	Ул. Глеба ус­пен­ско­го (за ТЦ "Триада"), ми­ни­ры­нок "Островский"	2	Розничная торговля, Интернет продажа	7	Чак-чак	С 9.00 до 21.00
Интернет-магазин "ЕдаЕда"	290	–	–	Интернет продажа	10	Лосятина, Кабанятина, медвежатина, лапы крабов, необычные виды рыб (нельма и щокур), филе фазана, тушка перепела, тушка индоутки, био­каши с пче­ли­ным мо­лоч­ком	–
Интернет-магазин "Прямо с грядки"	260	–	–	Интернет продажа	11	Продукты из мяса кролика; хлебе­здо­рож­же­вой "Пряный" с кориандром, тмином, имбирем, укропом; хлеб "Шоколадный", чай "Здоровье" из ли­ст­ков сморо­ди­ны и ма­ли­ны, мать-и-мачехи, мяты, цветков василька; варенье из ревеня с лимоном, маринованные и сушеные грибы, наборы замороженных овощей	–
Интернет-магазин "Деревенские продукты в Перми"	360	–	–	Интернет продажа	7	Проростки пшеницы	–
Магазин "Деревенька fresh"	550	Ул. Комсомольский проспект 96	1	Розничная торговля, интернет продажа	10	Грибы сушеные, замороженные, садовые и лесные ягоды, домашние компоты	С 9.00 до 21.00

ЛИТЕРАТУРА

1. Котлер Ф. Основы маркетинга – М.: Ростинтэр, 2006.
2. Новикова К.В. Мырзина М.В. Государственная поддержка как экономический регулятор использования сельскохозяйственных угодий (на примере сельскохозяйственных товаров) // В мире научных открытий. № 4.1 2013. С. 134 – 147.
3. Официальный Интернет–портал Министерства сельского хозяйства Пермского края URL: <http://www.mcx.ru/news/news/show/11834.htm>(дата обращения: 30.04.2014 г.)
4. Официальный сайт магазина "Бардымский фермер" URL: <http://fermer59.com>(дата обращения: 17.04.2014 г.)
5. Официальный сайт магазина "Деревенские продукты в Перми" URL: <http://www.derevenka59.ru>(дата обращения: 25.04.2014 г.)
6. Официальный сайт магазина "Ваш Фермер" URL: <http://vash-fermer.ru>(дата обращения: 04.01.2014 г.)
7. Официальный сайт магазина "ЕдаЕда" URL: <http://www.edaeda.org>(дата обращения: 29.04.2014 г.)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ОСАГО: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УРЕГУЛИРОВАНИЯ УБЫТКОВ

CURRENT STATE OF CIVIL LIABILITY INSURANCE OF CAR OWNERS: PROBLEMS AND PROSPECTS OF SETTLEMENT DAMAGES

*N. Munteanu
I. Harin*

Annotation

Liability insurance of car owners (CTP) – is a must since the entry into force of the Federal Law of 25 April 2002. № 40–FZ "On mandatory insurance of civil liability of vehicle owners" (the Act). This type of insurance protects the property interests of the owners of the TC when applied by them to the life, health or property of third parties. 07.05.2003g. RF Government Decree № 263 approved rules insurance (hereinafter the Rules). This Act has been operating for more than ten years, but not once reviewed and reconsidered.

Keywords: insurance, CTP, insurance market, insurer financial markets.

Мунтяну Никита Васильевич

*Сургутский институт экономики,
управления и права (филиал)
ФГБОУ ВПО "Тюменский государственный
университет"*

Харин Иван Владимирович

*Сургутский институт экономики,
управления и права (филиал)
ФГБОУ ВПО "Тюменский государственный
университет"*

Аннотация

Страхование гражданской ответственности автовладельцев (ОСАГО) – является обязательным с момента вступления в силу Федерального закона РФ от 25 апреля 2002г. № 40–ФЗ "Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств" (далее Закон). Данный вид страхования обеспечивает защиту имущественных интересов владельцев ТС при нанесении ими ущерба здоровью, жизни или имуществу третьих лиц. 07.05.2003г. Постановлением Правительства РФ №263 были утверждены правила ОСАГО (далее Правила). Настоящий Закон действует уже более десяти лет, однако не раз пересматривался и претерпевал изменения.

Ключевые слова:

Страхование, ОСАГО, рынок страховых услуг, страховщик, финансовые рынки.

Как отметил В.В. Путин, на медиафоруме в Петербурге в апреле 2014г. [5], страхование гражданской ответственности, в том числе в области транспорта, – чрезвычайно важная сфера и для граждан, и для государства, и для экономики. Она нуждается в постоянном совершенствовании. Банк России, который сейчас является мегорегулятором финансового рынка и, соответственно регулятором на рынке страхования, готовит предложения, связанные с реализацией стратегии развития страхового рынка до 2020 года.

Можно сформулировать ряд важнейших проблем, которые наиболее очевидны в области автострахования по ОСАГО:

- ◆ несовершенство правовой базы при реализации Закона;
- ◆ высокий процент убыточности;
- ◆ недочеты тарифной политики (более десяти лет на рынке не менялись тарифы по ОСАГО);
- ◆ отсутствие представительств страховщика в том или ином субъекте РФ и как следствие удаленность центров урегулирования убытков;

- ◆ неэффективность действия "Европротокола";
- ◆ пробки на дорогах в месте аварии пока участники ДТП ожидают прибытие инспектора, из-за чего простаивает работающее население и в результате российская экономика теряет десятки миллиардов рублей;
- ◆ проблемы в оценке как самого ущерба причиненного транспортному средству, так и выплат за вред жизни и здоровью потерпевших.

Все эти проблемы требуют решения, так как затрагивают не только область страхования, но и целый ряд экономически важных областей российской экономики.

По состоянию на 1 января 2013 года на всем рынке страхования действовало 469 страховщиков (за 2012 год их количество уменьшилось на 110). При этом страховые взносы, собранные российскими страховыми компаниями, достигли рекордных объемов – 812,5 млрд. руб.41 (без учета обязательного медицинского страхования). В то же время с середины 2012 года на рынке идет постепенное снижение темпов прироста взносов в годо-

вом выражении (22,6% на 1 июля 2012 года, 22% на 1 октября 2012 года, 21,5% на 1 января 2013 года), тогда как по выплатам темпы роста увеличиваются (15,1; 17,3 и 21,4% соответственно). Объем страховых выплат достиг 370,8 млрд. руб.[4] В итоге если по состоянию на 1 июля 2012 года коэффициент убыточности, который характеризует отношение страховых выплат к взносам, был равен 40,8%, то на 1 января 2013 года – 45,6%.

Несмотря на доминирование на рынке страховых услуг добровольного страхования, основной вклад в темпы роста рынка внесло обязательное страхование (на 1 января 2013 года годовой темп его прироста составил 3,5%), а именно страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств (ОСАГО), объем взносов, по которому увеличился за 2012 год на 17,1%.

В 2013 году темпы роста данного вида страхования несколько снизились в связи с окончанием влияния корректировок тарифов.

В ситуации, когда на рынке страховых услуг число участников сокращается из-за присоединения к более крупным игрокам либо в связи с прекращением деятельности или отзывом лицензии, страховщики могут добиться более высоких темпов автострахования благодаря клиентоориентированной политике, созданию и поддержанию репутации надежности. В 2013 году премии по всему рынку страхования составили 904,9 млрд. руб., из них по ОСАГО – 134,2 млрд. руб., что составило 10,8% от общей суммы премий. Выплаты по ОСАГО за 2013 год составили 77,4 млрд. руб., что на 13,5 млрд. руб. больше, чем в 2012 году (табл. 1).

Таблица 1.

Общие сведения о страховых премиях и выплатах за 2013 год [4]

Виды страхования	Страховые премии			Выплаты		
	млрд руб.	% к общей сумме	% к соответствующему периоду предыдущего года	млрд руб.	% к общей сумме	% к соответствующему периоду предыдущего года
страхование жизни	84,89	9,4	160,5	12,33	2,9	92,4
личное страхование (кроме страхования жизни)	208,73	23,1	113,2	103,14	24,5	110,9
страхование имущества	393,82	43,5	104,6	201,73	48,0	111,0
страхование гражданской ответственности	29,74	3,3	99,4	7,14	1,7	133,0
страхование предпринимательских и финансовых рисков	21,95	2,4	110,2	1,66	0,4	79,4
ИТОГО по добровольным видам страхования	739,13	81,7	111,4	326,0	77,5	110,3
обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств (ОСАГО)	134,25	14,8	110,3	77,37	18,4	119,0
обязательное страхование (кроме ОСАГО)	31,48	3,5	109,4	17,4	4,1	144,9
ИТОГО по обязательным видам страхования	165,73	18,3	110,2	94,77	22,5	123,1
ИТОГО по добровольным и обязательным видам страхования	904,86	100,0	111,1	420,77	100,0	112,9

Таблица 2.

Компании-лидеры по сбору премий ОСАГО по итогам 2013 года [4]

Организация	Премии, млн руб.	Доля, %	Выплаты, млн руб.	Средняя премия, тыс. руб.	Средняя выплата, тыс. руб.	Уровень выплат, %
Итого:	135 122,8	100,0	78 103,1	3,2	29,0	57,8
Росгосстрах	34 560,8	25,6	23 861,5	2,9	29,8	69,0
РЕСО-Гарантия	12 356,8	9,1	6 041,4	3,6	30,6	48,9
Ингосстрах	9 680,2	7,2	6 997,1	4,2	32,1	72,3
СГ МСК	8 552,6	6,3	6 019,4	2,7	26,3	70,4
ВСК	8 121,2	6,0	4 700,4	3,2	26,2	57,9
Согласие	7 242,9	5,4	3 442,0	3,3	27,8	47,5
АльфаСтрахование	7 116,9	5,3	3 504,9	3,3	30,5	49,2
Альянс	4 797,0	3,6	1 974,6	3,6	29,1	41,2
УралСиб	4 653,9	3,4	2 381,5	3,1	25,1	51,2
МАКС	3 842,1	2,8	2 462,7	3,0	28,6	64,1
ИТОГО по десятке	100 924,5	74,7	61 385,4	3,2	29,0	60,8

Финансовые результаты компаний лидеров ОСАГО за 2013г представлены в табл. 2.

Как следует из приведенных данных в таблице, лидером по сбору премий является Росгосстрах, его доля на рынке составляет более 25%, что превышает показатели других компаний более чем на 10%, на десяток лидеров приходится и большая часть убытков, уровень выплат составляет 60,8%. Сбор премий также как и выплат между страховщиками явно неравномерен. Это объясняется слаборазвитой филиальной сетью компаний. Большая часть компаний сосредоточена в крупных населенных пунктах, вместе с тем не имеет своих представительств в других регионах, например в Сургуте действует и имеет свои филиалы не более 10 страховых компаний.

Нас как потребителей страховых услуг в части ОСАГО больше всего интересует проблемы напрямую связанные с возмещением причиненных убытков в результате ДТП, т.к. у подавляющего числа автовладельцев отсутствует полис добровольного страхования и единственной формой защиты своих интересов является полис обязательного страхования автогражданской ответственности. В процессе прохождения практики в Отделе урегулирования убытков филиала ОСАО "РЕСО-Гарантия" г. Сургут мною была проанализирована статистика обращений по страховым случаям.

Из ежедневно принимаемых 60-ти человек примерно половина обращается с заявлением по ОСАГО, причем не менее 10-15-ти человек оформляется в рамках прямого возмещения убытков (ПВУ), в том числе по "Европротоколу". Далеко не все обратившиеся могут рассчитывать на гарантированную компенсацию за поврежденный в ДТП автомобиль. Здесь уместно будет проанализировать количество отказов по ОСАГО и разобраться в их причинах. В табл. 3 показана статистика отказов.

Сводные данные о количестве отказов стали доступными для всех желающих на сайте Центрального банка Российской Федерации (Банк России/ЦБ РФ) www.cbr.ru

С 01.03.2009г. в действующем Законе были внесены часть поправок, которые должны были облегчить жизнь автовладельцам при наступлении страховых случаев. Если ранее полис ОСАГО приобретался для других, с целью защиты нарушенных прав третьих лиц, то теперь полис ОСАГО стал формой защиты своих интересов. Ранее после ДТП потерпевший мог обратиться за выплатой только в компанию виновника, сейчас же появилась альтернатива – при соблюдении определенных условий потерпевший водитель может обратиться за возмещением по ОСАГО к своему страховщику. Это называется прямое возмещение (ПВУ).

Таблица 3.
Рейтинг страховщиков
по количеству отказов по ОСАГО за 2013г. [4]

Наименование компании	Количество отказов
РОСГОССТРАХ	34 322
СТРАХОВАЯ ГРУППА МСК	7 311
ВСК	6 609
РЕСО-ГАРАНТИЯ	6 187
СОГЛАСИЕ	6 143
УРАЛСИБ	5 196
ИНГОССТРАХ	4 547
АЛЬЯНС	3 204
МАКС	2 284
ЦЮРИХ	1 674
ГРУППА РЕНЕССАНС СТРАХОВАНИЕ	1 609
АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ	1 528
ЮГОРИЯ	1 459
ЮЖУРАЛ-АСКО	1 441
ЭНЕРГОГАРАНТ	1 336
РСТК	1 029
СЕВЕРНАЯ КАЗНА	1 011

В соответствии с п. 48.1. Правил ОСАГО потерпевший имеет право предъявить требование о возмещении вреда, причиненного его имуществу, непосредственно страховщику, который застраховал гражданскую ответственность потерпевшего, при наличии одновременно следующих обстоятельств:

а) в результате дорожно-транспортного происшествия вред причинен только имуществу;

б) дорожно-транспортное происшествие произошло с участием 2 транспортных средств, гражданская ответственность владельцев которых застрахована в соответ-

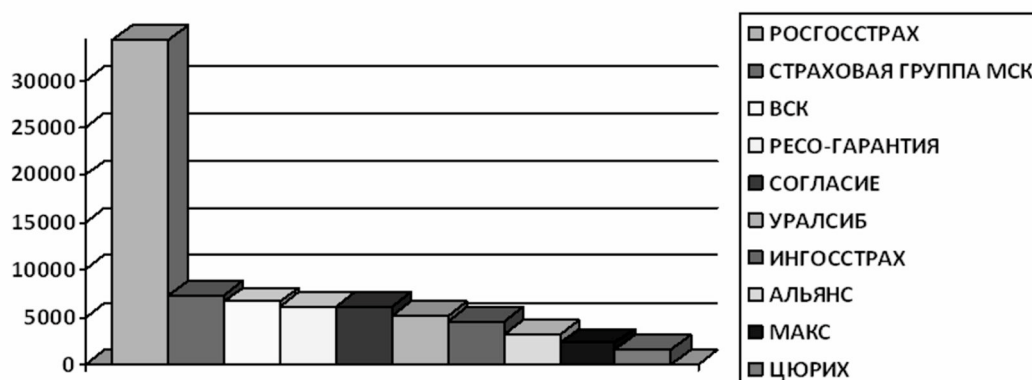
ствии с Федеральным законом "Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств".

При этом руководствуясь п. 48.2. Правил страховщик, который застраховал гражданскую ответственность потерпевшего, производит оценку обстоятельств дорожно-транспортного происшествия, изложенных в извещении о дорожно-транспортном происшествии, и на основании предоставленных документов возмещает потерпевшему по его требованию вред, причиненный имуществу потерпевшего, в размере страховой выплаты от имени страховщика, который застраховал гражданскую ответственность лица, причинившего вред.

Основной проблемой при реализации права заявления по ПВУ можно назвать отсутствие у одного из участников ДТП действующего полиса ОСАГО. В таком случае у потерпевшего нет альтернативы, и придется обращаться с заявлением в компанию виновника, а в случае отказа – в суд – за защитой своих прав.

Вторым отрицательным моментом для потерпевшего водителя является то, что у виновника на момент ДТП был полис страховой компании, лицензия которой была приостановлена или изъята органом выдавшим ее. В этом случае потерпевшая сторона должна обратиться за компенсационной выплатой в Российский союз автостраховщиков (РСА). При этом собственнику или его законному представителю предстоит самостоятельно собрать документы, провести экспертизу и оценку, потратив на это не только силы, но и деньги, в то время как виновный водитель остается как бы в стороне от происходящего.

Третий, самый распространенный случай не позволяющий урегулировать убыток в рамках ПВУ – участие в ДТП более 2-х автомобилей, в результате происшествия причинен вред жизни и здоровью водителей или пассажиров, кроме того в результате ДТП вред может быть причинен иному имуществу, чем ТС – фонарные столбы, рекламные вывески, торговые павильоны и прочее, что также не позволяет обратиться за возмещением ущерба к своему страховщику. В данной ситуации получение вы-



платы возможно только в компании виновника по традиционной процедуре.

Следующим нововведением, которое принималось исключительно из благих побуждений, является возможность оформления документов о дорожно-транспортном происшествии без участия сотрудников ГИБДД так называемый "Европротокол". Термин пришел к нам из Европы, где подобный способ оформления ДТП без участия полиции используется уже давно. Европротокол – специальная форма Извещения о ДТП, которую самостоятельно заполняют участники ДТП, и которая подтверждает право одного из участников (Потерпевшего) на получение страховой выплаты по ОСАГО.

В соответствии с п. 4.1.1. Правил ОСАГО оформление документов о дорожно-транспортном происшествии может осуществляться без участия уполномоченных на то сотрудников милиции при наличии одновременно следующих обстоятельств:

- ◆ в результате дорожно-транспортного происшествия вред причинен только имуществу;
- ◆ дорожно-транспортное происшествие произошло с участием 2 транспортных средств, гражданская ответственность владельцев которых застрахована в соответствии с Федеральным законом "Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств";
- ◆ обстоятельства причинения вреда в связи с причинением имущества в результате дорожно-транспортного происшествия и (или) определении характера перечня видимых повреждений транспортных средств, не вызывают разногласий участников дорожно-транспортного происшествия и зафиксированы в извещении о дорожно-транспортном происшествии, бланки которых заполнены водителями транспортных средств, причастных к дорожно-транспортному происшествию.

Бланк извещения о дорожно-транспортном происшествии заполняется обоими водителями транспортных средств, при этом обстоятельства причинения вреда, схема дорожно-транспортного происшествия, характер и перечень повреждений удостоверяется подписями обоих водителей.

При наличии разногласий в обстоятельствах причинения вреда имуществу в результате дорожно-транспортного происшествия, характере и перечне видимых повреждений транспортных средств, отказе от подписания извещения одним из участников дорожно-транспортного происшествия или размере ущерба, превышающем по примерной оценке 25 тыс. рублей, оформление

дорожно-транспортного происшествия проводится с участием уполномоченных сотрудников милиции.

В случае оформления документов о дорожно-транспортном происшествии без участия уполномоченных сотрудников милиции размер страховой выплаты, причитающийся потерпевшему в счет возмещения вреда, причиненного его имуществу, не может превышать 25 тыс. рублей. По данным ГИБДД, в 2013 году инспектора зафиксировали справками 3,8 млн аварий, в ходе которых вред был причинен только имуществу. В ГИБДД посчитали, что на каждую мелкую аварию инспекторы тратят в среднем час времени [7]. Исходя из средней зарплаты инспектора 720 тыс. руб. в год и 40-часовой рабочей недели в 2013 году бюджет потратил на оформление мелких ДТП около 1,3 млрд. руб. Сегодня в России Европротоколом, по данным РСА, пользуется всего 9% водителей, попавших в ДТП. Ущерб, который наносится государству из-за простоя работоспособных граждан в пробках, обремененных по причине мелких ДТП, когда их участники ждут ГИБДД, измеряется десятками миллиардов рублей.

Европротокол также как и ПВУ может работать только при соблюдении определенных условий, что не всегда является возможным.

В первую очередь водители, попавшие в ДТП, не могут адекватно оценить ситуацию и определиться с виновным. Даже если виновник и согласен со своей виной, то он должен в будущем не отказаться от своих слов и приехать в страховую компанию. Нередки случаи, когда вроде на месте ДТП водители определились и обо всем договорились, потерпевший приезжает в назначенный день для подачи документов, а виновника там нет. Начинает его вызванивать, тот не берет трубку, а если и берет, то может сказать, что никуда не поедет. Либо как вариант один участник ДТП является транзитным водителем и не может предоставить в назначенный день и время совместно с другим участником ТС на осмотр представителю страховщика.

Во-вторых, ни один водитель не является профессионалом в области экспертизы, чтобы решить вопрос о сумме причиненного ущерба, т.к. максимальный лимит выплаты составит не более 25 тыс. рублей. *В-третьих*, не каждый на месте ДТП, как показывает практика, может без посторонней помощи зарисовать схему и правильно заполнить извещение о ДТП, которое является обязательным и всегда без исключения выдается при покупке полиса ОСАГО с подробной инструкцией и рекомендациями по заполнению.

В-третьих "бесконтактное" ДТП оформить по Европротоколу также не рекомендуется, поскольку четких критериев определения ответственного за причиненный вред в такой ситуации нет. Правила дорожного движения

предписывают водителю при появлении помехи движению применять все возможные меры к остановке машины, а не производить какие-либо маневры. Чтобы суду принять обоснованное решение в такой ситуации требуется проведение трасологической экспертизы, проведение которой невозможно без подробно составленной схемы места ДТП сотрудниками ГИБДД.

Наличие полиса КАСКО у одного из участников ДТП не всегда позволяет оформить событие без привлечения сотрудников ГИБДД, и в последующем обратиться за возмещением ущерба без справок в страховую компанию, т.к. правилами или условиями добровольного страхования по риску "Ущерб" это не предусмотрено.

В описанных выше ситуациях потерпевшая сторона остается один на один со своими проблемами и вынуждена своими силами и за свой счет производить ремонт поврежденного автомобиля.

Во избежание неприятных ситуаций можно сформулировать следующие рекомендации участникам ДТП:

- ◆ обратиться за консультацией в колл-центр своей СК, либо страховому агенту;
- ◆ не оставлять ни в коем случае место ДТП;
- ◆ не менять месторасположение транспортных средств на дороге после аварии;
- ◆ в случае сомнений вызвать на место ДТП инспекторов ГИБДД, для регистрации события и документального его оформления;
- ◆ зафиксировать с помощью фото и видеосъемки место аварии, повреждения ТС;
- ◆ на месте совместно со вторым участником заполнить бланк извещения, не оставляя пустых мест и зарисовать схему, проследить, чтобы оба участника заверили свои данные подписями;
- ◆ обменяться номерами мобильных и домашних телефонов;
- ◆ по возможности сделать фото полиса и водительского удостоверения;
- ◆ попросить у очевидцев аварии координаты для связи.

В ближайшем будущем Закон ОСАГО вновь претерпит изменения, которые в первую очередь коснутся увеличения лимита выплат. В настоящий момент установленные лимиты выплат по ОСАГО в России – самые маленькие среди всех европейских стран, даже в Беларуси и Украине лимиты выше. Сейчас по Закону установлены следующие лимиты выплат:

Страховая сумма, в пределах которой страховщик при наступлении каждого страхового случая (независимо от их числа в течение срока действия договора обязатель-

ного страхования) обязуется возместить потерпевшим причиненный вред, составляет:

- а) в части возмещения вреда, причиненного жизни или здоровью каждого потерпевшего, не более 160 тысяч рублей;
- б) в части возмещения вреда, причиненного имуществу нескольких потерпевших, не более 160 тысяч рублей;
- в) в части возмещения вреда, причиненного имуществу одного потерпевшего, не более 120 тысяч рублей.

Предлагается (уже принято в первом чтении) следующее повышение страховых сумм по ОСАГО:

- а) в части возмещения вреда, причиненного жизни или здоровью каждого потерпевшего, 500 тысяч рублей;
- б) в части возмещения вреда, причиненного имуществу каждого потерпевшего, 400 тысяч рублей.
- в) по Европротоколу до 50 тыс. руб.

Таким образом, лимиты выплат увеличатся:

- ◆ по жизни и здоровью в 3,1 раза;
- ◆ по имуществу отдельного потерпевшего в 3,3 раза;
- ◆ снимается ограничение на размер суммарных выплат в случае ДТП с участием более двух машин.

Повышение страховых сумм по ОСАГО – давно назревший и ожидаемый шаг по совершенствованию ОСАГО. Единственной проблемой его внедрения является необходимость повышения тарифов по ОСАГО. Предполагается, что благодаря увеличению выплат по Европротоколу граждане станут чаще оформлять аварии без инспекторов, а значит, и пробки уменьшаться, а у сотрудников ГИБДД появится больше времени для оформления более сложных происшествий. Но в данном случае можно сказать, что с увеличением суммы выплат вопрос не решится до конца.

Дело в том, что первым условием Европротокола является отсутствие разногласий между пострадавшими водителями: проще говоря, они должны на месте договориться, кто виноват в ДТП. Примерно в 20% случаев у водителей на месте аварии возникают непреодолимые разногласия. В 2013 году страховые компании, по данным РСА, отказали 11% водителей в возмещении убытков по Европротоколу, причем в половине случаев – из-за неверно оформленных извещений. Год назад РСА предлагал обучать водителей заполнять документы по страховке в автошколах, но идея не нашла поддержки.

Здесь следует отметить достаточно низкий уровень страховой культуры участников страховых правоотношений. Вспомните, как мы покупаем полис ОСАГО. Мы ставим подписи в документах, оплачиваем агенту премию и

Таблица 4.
Положительные и отрицательные аргументы
увеличения лимита выплат по ОСАГО

Плюсы	Минусы
<p>1. Повышение защищенности потерпевших и обеспечения более полных выплат по ОСАГО.</p> <p>2. Сокращение суброгационных требований по каско к виновникам ДТП при недостаточности страховой суммы по ОСАГО.</p> <p>3. Сокращение количества недовольных системой ОСАГО как со стороны потерпевших, так и со стороны застрахованных.</p>	<p>1. Неизбежный рост тарифов на ОСАГО из-за увеличения количества крупных выплат и, следовательно, роста среднего размера выплаты по ОСАГО.</p> <p>2. Сокращение объемов премий по ДГО (добровольное страхование гражданской ответственности с целью увеличения лимита выплат, в том числе полное возмещение ущерба без учета износа на заменяемые запасные части)</p>

стараемся как можно быстрее все сделать. Агент в свою очередь выдает нам готовый договор, машинально прикрепляя к нему квитанцию, подтверждающую оплату и вкладывает в файл извещение, проговаривая о том, что документ необходим при оформлении дорожно-транспортного происшествия.

Читать и изучать выданные нам документы, мы начинаем только тогда, когда событие уже свершилось. Вот тут-то и возникают у нас вопросы, задать которые было бы уместно еще на этапе заключения договора страхования. Вместе с тем, Извещение о ДТП является официальным безотзывным документом. Каждый экземпляр Извещения о ДТП состоит из двух скрепленных листов: первого и самокопируемого второго листа. Лицевая сторона первого листа совместно заполняется и подписывается обоими участниками ДТП. После заполнения лицевой стороны Извещение разъединяется – каждому из участников ДТП по одному экземпляру.

Ответственность каждого из участников ДТП определяется только в соответствии с данными, вносимыми обоими участниками ДТП на лицевой стороне Извещения. Рекомендуется первый лист Извещения о ДТП оставлять предполагаемому потерпевшему, второй лист (самокопир) – предполагаемому виновнику ДТП. Оригинал Извещения легче отсканировать и переслать Страховщику. После разъединения экземпляров Извещения внесение изменений на лицевой стороне не допускается. Оба участника ДТП обязаны самостоятельно заполнить обратные стороны Извещения. Эти данные позволяют получить дополнительную информацию, необходимую для разбирательства страхового случая. Именно поэтому бланк является одним из приоритетных в перечне документов, предусмотренных Законом и Правилами ОСАГО. Кроме увеличенной суммы выплат планируется ввести и новые требования к Европротоколу. Место ДТП можно зафиксировать при помощи систем мониторинга, ГЛОНАСС или ГЛОНАСС/GPS. ДТП можно воспроизвес-

ти и с помощью записи видеорегистратора. Это предложение появилось в общем пакете поправок к закону об ОСАГО с подачи правительства РФ. Получается, что на сумму выплат до 400 тыс. руб. смогут претендовать лишь отдельные водители, которые заранее задумались о возможности аварии. Для применения расширенного Европротокола в четырех регионах нужно будет сначала подключить машину к спутниковой системе (РСА составит список компаний, куда можно будет обращаться гражданам). В Москве, к примеру, цена годового контракта с мониторинговой компанией (плюс стоимость прибора) начинается от 10 тыс. руб. Но, когда у водителя не будет видеорегистратора, или "спутника", то выплаты сразу снизятся до 50 000 руб., согласно Европротоколу.

В новом Законе об ОСАГО будут расширены выплаты и по "жизни" (компенсация ущерба здоровью) Министерством финансов должны быть разработаны таблицы выплат по травмам по аналогии с другими видами обязательного страхования, например, если сломан нос, полагается выплата в размере 5% от страховой суммы (от 500 тыс. руб.), при переломе челюсти – уже 3%, при переломе плеча – 15%.

Ранее в соответствии с п. 49 Правил ОСАГО при причинении вреда здоровью потерпевшего возмещению подлежали утраченный потерпевшим заработок (доход), который он имел либо определенно мог иметь на день причинения ему вреда, а также дополнительные понесенные расходы, вызванные повреждением здоровья, в том числе расходы на лечение, дополнительное питание, приобретение лекарств, протезирование, посторонний уход, санаторно-курортное лечение, приобретение специальных транспортных средств, подготовку к другой профессии, если установлено, что потерпевший нуждается в этих видах помощи и ухода и не имеет права на их бесплатное получение. Фиксированная сумма выплаты в размере 135 тыс. руб. производится иждивенцам в случае смерти кормильца, в случае смерти потерпевшего возмещаются расходы на погребение (до 25 тыс. руб.).

По новым правилам граждане будут в любом случае получать положенные деньги и тратить их на свое усмотрение, например на реабилитацию. Заложенные в проекте РСА расценки по компенсации вреда жизни и здоровью, могли бы быть и выше. Дело в том, что размер компенсаций будет рассчитываться не от 2 млн., а от 500 тыс. руб. Это значит, что, к примеру, за сломанный нос, пострадавший в ДТП по ОСАГО получит 25 тыс. руб., то есть меньше, чем пострадавший в ДТП пассажир общественного транспорта – по полису страхования пассажирских перевозок.

Еще одна проблема, которая решается поправками к закону, касается разногласий по поводу оценки ущерба, возникающих между страховщиками и автовладельцами. Учет амортизации (износа) автомобиля при расчете раз-

мера страховой выплаты по ОСАГО вызывает в обществе наибольшие замечания. Именно учет износа приводит к недостаточности размера страховой выплаты для осуществления ремонта автомобиля. Учет износа предполагает, что поврежденный автомобиль будет ремонтироваться с использованием бывших в употреблении запасных частей (от других автомобилей) или владелец будет сам доплачивать за использование новых деталей. С одной стороны, рынок б/у запчастей весьма развит в России и подавляющее большинство деталей вполне можно на нем приобрести. С другой стороны, далеко не каждый автовладелец будет сам искать на рынках необходимые детали, а потом договариваться с СТОА, чтобы машину отремонтировали с их использованием. Тем, кто идет вторым путем, выплаты по ОСАГО на ремонт, как правило, хватает, но насколько цивилизованным является такой подход? Ведь потерпевший не виноват, что его машину повредит виновник ДТП, так почему он должен тратить свое время на длительные поиски деталей и СТОА.

Единую методику подсчета ущерба Минтранс должен был разработать еще десять лет назад, но так этого и не сделал. В итоге каждая страховая компания считает ущерб по-своему (средняя сумма выплаты по ОСАГО сегодня составляет около 24 тыс. рублей).

В результате споров со страховыми компаниями водители обращаются в суды. Последние нередко занимают сторону пострадавших граждан, вынуждая страховщиков компенсировать полную сумму ущерба (по данным РСА, по итогам первого полугодия 2013 года около 20% выплат по ОСАГО было осуществлено в соответствии с судебными решениями). Методику оценки ущерба и про-

ведения экспертиз взялся разработать РСА: проект уже готов, утвердить документ теперь должен будет Банк России.

Необходимо еще составить ценовой справочник. В справочник будет входить порядка 50–70 млн. позиций (в РСА обещают подготовить его к 1 июля 2014 года). По словам президента РСА Павла Бунина, документ будет состоять из трех частей: цен на комплектующие, цен на расходные материалы (например, краску), стоимости нормо-часов в автосервисах. Раз в полгода справочник будет обновляться, при этом в РСА обещают, что каталог будет в свободном доступе. Таким образом, в случае спорных ситуаций каталог будет доступен не только страховщикам, но и автовладельцам.

Страховые компании поддерживают создание единых стандартов оценки ущерба. Когда в одной независимой экспертизе человеку определяют ущерб в 100 тыс. руб., а другой – уже в 200 тыс., возникают споры и судебные разбирательства. Дело в том, что у первого эксперта одна методика, у второго – другая. Если будет единая методика оценки ущерба, проще и удобнее будет всем, а у судов и автоюристов убавится работы.

Таким образом, развитие рынка ОСАГО требует быстрых изменений, но расчет новых тарифов является не простой задачей для Банка России, может несколько ускорить этот процесс требования ЦБ РФ предоставить страховщикам "дорожные карты" по развитию рынка и согласованию тарифов. В любом случае, очевидно, что изменения на рынке ОСАГО назрели и решать их надо быстро.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая: федеральный закон Российской Федерации от 26 янв. 1996 N 14-ФЗ (в ред. От 30.12.2004 N 219-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1996. N 5. – Ст. 410; Собрание законодательства Российской Федерации. – 2005. – N 1, ч. 1. – Ст. 45.
2. Об организации страхового дела в Российской Федерации // Закон РФ от 27 ноября 1992 г. N 4015-1 (в ред. от 29 ноября 2007 г. N 287-ФЗ) // Ведомости Съезда народных депутатов РСФСР и Верховного Совета РСФСР. 1993. N 2. Ст. 56.
3. Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств // Федеральный закон от 25 апреля 2002 г. N 40-ФЗ (в ред. от 28 февраля 2009 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2002. N 18.
4. Банк России. Статистические данные по итогам деятельности страховщиков за 2013 год. <http://www.cbr.ru>
5. Выступление Президента России Владимира Путина на пленарном заседании медиафорума независимых региональных и местных СМИ "Правда и справедливость", организованного Общероссийским народным фронтом 24 апреля 2014 года. <http://www.kremlin.ru/transcripts/20858>.
6. Правила обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств, утвержденные Постановлением Правительства РФ от 07.05.2003г. №263.
7. Российский союз автостраховщиков. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.autoins.ru/ru/index.wbp>.
8. Харин И.В. Экономические факторы, стимулирующие качество страховых услуг различных видов страхования // Современный гуманитаризм. – 2013. – №3(16). – С. 9–12.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РАМКАХ ЧЛЕНСТВА РОССИИ В ВТО

THE EFFECTIVENESS OF THE STATE SUPPORT OF AGRICULTURE IN THE RUSSIAN WTO MEMBERSHIP

D. Shakleina

Annotation

In article questions of the state support of agrarian and industrial complex in Russia are considered, results of the Program of 2008–2012 are given. Need and prospects of further improvement and adaptation of measures of the state support within conditions of membership of Russia in the WTO is proved. Actions for preservation of dynamics of development of branches of agriculture within membership in the WTO are offered.

Keywords: agriculture, the budgetary state support, agrarian policy, support of producers, infrastructure support, transfers to consumers from the budget, the WTO, a yellow basket, a green basket, a blue basket.

Шаклеина Дарья Дмитриевна
ФГБОУ ВПО "Пермский
государственный национальный
исследовательский университет"

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы государственной поддержки АПК в России, приведены результаты Программы 2008–2012 гг. Обоснована необходимость и перспективы дальнейшего совершенствования и адаптации мер государственной поддержки в рамках условий членства России в ВТО. Предложены мероприятия для сохранения динамики развития отраслей сельского хозяйства в рамках членства во ВТО.

Ключевые слова:

Сельское хозяйство, бюджетная государственная поддержка, аграрная политика, поддержка производителей, поддержка инфраструктуры, трансферты потребителям из бюджета, ВТО, желтая корзина, зеленая корзина, синяя корзина.

В современных условиях развития экономики усиливается роль государства как принципиально важного фактора в достижении экономического роста и повышения социальной стабильности в стране. Учитывая роль сельского хозяйства в социально-экономической системе страны, специфику его функционирования, отрасль нуждается в регулировании и поддержке со стороны государства в большей степени, чем многие другие отрасли народного хозяйства, что объективно обусловлено существующим уровнем развития отрасли, ее низкой инвестиционной привлекательностью, рискованным характером ведения предпринимательской деятельности. Поэтому только взвешенный и системный подход со стороны федеральных и региональных властей к проведению аграрной политики позволит смягчить отрицательное воздействие рыночного механизма, сформировать конкурентную среду, создать условия для долгосрочного экономического роста и обеспечить продовольственную безопасность страны.

С принятием в 2006 г. закона "О развитии сельского хозяйства" бюджетная поддержка предоставляется сельхозтоваропроизводителям, если она запланирована в Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия (далее – Госпрограмма) [8]. По итогам первой Госпрограммы на 2008–

2012 гг. номинальные показатели совокупной поддержки сельского хозяйства России на конец 2012 г. выросли в 10 раз в рублевом исчислении, доля совокупной поддержки относительно валовой добавленной стоимости сельского хозяйства увеличилась с 11,8% в 2000 г. до 33,8% в 2012 г. На конец 2012 года на сельское хозяйство приходилось около 4% ВВП России, здесь продолжает трудиться 9,7% занятых в экономике страны, а в сельской местности проживает 26% населения, среднегодовые темпы прироста продукции – 4,4%, производство скота и птицы на мясо выросло на 53% (рис. 1).

Прирост был обеспечен существенным ростом поголовья в крестьянских (фермерских) хозяйствах – на 15%. Рост поголовья в КФХ – новое явление, которое стало результатом введения новой меры государственной поддержки сельского хозяйства – субсидирования затрат на создание семейных молочных ферм [5]. В настоящее время складывается размещение сельскохозяйственного производства на основе экономической целесообразности, производство продукции перемещается в регионы с наибольшей рентабельностью.

Тем не менее, не смотря на многие положительные сдвиги, развитие сельского хозяйства в России тормозят следующие проблемы:

- ◆ технико-технологическое отставание сельского

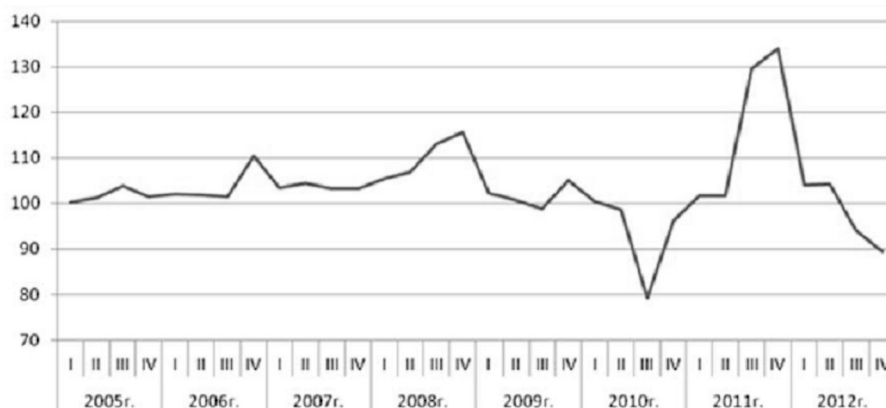


Рис. 1. Производство продукции сельского хозяйства в % к соответствующему периоду предыдущего года [5]

хозяйства России от развитых стран мира, стагнация машиностроения для сельского хозяйства и пищевой промышленности;

- ♦ ограниченный доступ сельскохозяйственных производителей к рынку в условиях несовершенства его инфраструктуры, возрастающей монополизации торговых сетей;

- ♦ медленные темпы социального развития сельских территорий, определяющие ухудшение социально-демографической ситуации, сокращение сельской поселенческой сети.

Органам власти пока не удается отрегулировать ценообразование на рынках продукции АПК. Согласно данным Росстата, в 2012 г. аграрии продавали морковь, капусту и картофель дешевле, чем в 2008 г., выше стали лишь цены реализации птицы, молока и пшеницы. При этом инсектициды удорожали в 1,8 раза, электроэнергия – в 1,6 раза, трактора – на 44%, азотные удобрения – на 32%.

Причина сложившейся ситуации в том, что доля иностранного капитала в пищевой промышленности остается высокой: иностранным компаниям принадлежит почти 60% рынка переработки молока, 70% рынка пивоварения и около 90% рынка плодоовощных консервов [7]. Такие ТНК, как PepsiCo, Carlsberg, Coca-Cola, Danone, активно скупают российские бренды, увеличивая тем самым уровень монопольной власти в пищевой промышленности и получая возможность влиять на уровень цен на сельхозсырье.[3]

В данной ситуации у большинства субъектов агробизнеса наблюдается дефицит собственных средств на проведение посевной и кормозаготовительной кампании, что требует привлечения займов, а, следовательно, сопряжено с дополнительными расходами на их обслуживание. Как следствие, низкая доходность и инвестиционная привлекательность сельхозпроизводства – в 2012 г.

уровень рентабельности сельхозорганизаций по всей деятельности, даже с учетом субсидий, составил всего 14,6% [9].

В целях снижения потерь от "провалов рынка" государство компенсирует часть производственных и инвестиционных затрат аграриев. Однако, во-первых, объем бюджетной поддержки остается низким. Об этом, в частности, свидетельствует тот факт, что в России на сельское хозяйство выделяется только 0,58% ВВП, тогда как в США – 1,3%, в ЕС – 2,8% (табл. 1).

Во-вторых, основная часть бюджетных средств в последние годы направляется на компенсацию части затрат по уплате процентной ставки по кредитам, т.е. фактически не на развитие производства, а на создание и развитие рыночной инфраструктуры, которая связана с финансовыми институтами (табл. 2).

Поэтому сложившимися инструментами государственной поддержки могут воспользоваться лишь ограниченное количество хозяйств. Следовательно, меры экономической стабилизации и развития аграрного сектора России оказывают незначительное влияние на его состояние [6].

В 2012 г. произошли кардинальные изменения в аграрной политике России: в принятой 10 июля 2012 г. Госпрограмме 2013–2020 гг. были предусмотрены новые меры аграрной политики, удовлетворяющие как требованиям ВТО, так и новым реалиям состояния сельского хозяйства.

Среди основных отличий новой аграрной политики от предыдущей Госпрограммы стали:

- ♦ значительно возрос объем финансирования: запланировано 1509 млрд. руб. из федерального бюджета против 551 млрд. руб. Госпрограммы 2008–2012 гг. Изменилась структура и список поддерживаемых направ-

Таблица 1..

Совокупная поддержка сельского хозяйства и ее уровень [6]

	1986	1990	1995	2000	2005	2010
Россия, \$ млрд.	238,3	252,2	6,5	2	7,8	18,3
доля в % к ВВП, всего	16,8	30,6	2,1	0,8	1,0	1,4
доля в % ВВП с/х			31,4	11,8	19,6	33,8
ЕС, \$ млрд.	96,7	128,3	137,8	97,5	144,3	116,2
доля в % к ВВП, всего	2,66	2,05	1,58	1,21	1,06	0,72
доля в % ВВП с/х			54,3	52,4	58,8	42,2
США, \$ млрд.	61,5	60,7	64,9	92,4	101	133,5
доля в % ВВП, всего	1,38	1,05	0,88	0,93	0,8	0,91
доля в % ВВП с/х	62,7	49,8	54,7	77,4	66,6	

Таблица 2..

Структура совокупной поддержки сельского хозяйства (%) [6]

	1986	1990	1995	2000	2005	2010
Россия						
Поддержка производителей	76,7	69,8	87,1	70,6	82	84,8
Поддержка инфраструктуры	2,7	3	12,9	29,4	18	15,2
Трансферты потребителям из бюджета	20,6	27,3	0	0	0	0
ЕС						
Поддержка производителей	87,9	81,9	89,6	88,5	86,3	87,2
Поддержка инфраструктуры	7,6	13,1	7,1	8	10,5	11,5
Трансферты потребителям из бюджета	4,5	5	3,3	3,5	3,3	1,3
США						
Поддержка производителей	62,3	51,5	31,5	56,6	40,2	19,1
Поддержка инфраструктуры	21,9	27,8	41,9	24,2	35,5	52,3
Трансферты потребителям из бюджета	15,8	20,7	26,6	19,2	24,3	28,5

лений (подпрограмм) – их стало 8 вместо 5 в предыдущей Госпрограмме (рис. 2).

◆ изменились цели аграрной политики: предусматривается комплексное развитие всех отраслей и подотраслей, сфер деятельности агропромышленного комплекса (с учетом присоединения России к ВТО), главная

цель – обеспечение продовольствием страны в параметрах Доктрины продовольственной безопасности. Однако, реальный приоритет государственной политики – увеличение производства сельскохозяйственной продукции.

По расчетам Минсельхоза, в результате реализации



Рис. 2. Направления и объемы финансирования основных направлений Госпрограмм [5]

новой Госпрограммы среднегодовой темп роста продукции сельского хозяйства должен составить не менее 2,5%.

Кроме того, присоединение к ВТО требует адаптации мер поддержки сельского хозяйства требованиям ВТО: если предположить, что объемы поддержки сельского хозяйства России после вступления в ВТО сохранятся, а по структуре источников поддержки Россия приблизится к ЕС, то выплаты из бюджета необходимо будет увеличить почти в 3 раза (со 140 до 497 млрд. руб), иначе производители окажутся в неравных условиях конкуренции и могут потерять позиции на внутреннем и внешнем рынках. Однако такое увеличение через традиционно сложившиеся в России меры поддержки – через меры желтой корзины – невозможно, так как в соответствии с условиями вступления во ВТО они не должны превышать 4,4 млрд. долл. Поэтому требуется введение мер господдержки преимущественно через меры зеленой и синей корзины,

т.е. не искажающих или менее искажающих рынок мер [5].

Как отмечают эксперты Института экономической политики им. Е.Т. Гайдара, для достижения целей федеральной политики целесообразно разрабатывать направления поддержки производства – в том числе и по мерам желтой корзины – из федерального бюджета вне связи с возможностями региональных бюджетов. Часть федеральных средств, направленных на развитие территории и относящихся к мерам зеленой корзины, целесообразно передавать в регионы на условиях софинансирования, что потребует пересмотра распределения полномочий по поддержке сельского хозяйства между Федерацией и регионами.

Для сохранения динамики развития отраслей сельского хозяйства в рамках членства во ВТО необходима дополнительная поддержка ряду отраслей. Ранее эту

поддержку оказывало население, оплачивая более высокие цены на продукцию. Присоединение к ВТО позволит более дешевым импортным продуктам попасть на российский рынок – в этих условиях для компенсации средств, выплачиваемых ранее населением, потребуется резкое увеличение бюджетной поддержки, к чему российский бюджет не готов. Так, только производителям свинины для удержания сложившегося уровня совокупной поддержки требуется выплатить из бюджета дополнительно 89,9 млрд. руб. (компенсация выпадающих трансфертов потребителей). Для увеличения производства до сложившегося уровня потребления дополнительные выплаты из бюджета должны составить 146,5 млрд. руб., а для полного импортозамещения – 167,6 млрд. руб. Приведенные суммы значительно превышают общий объем годового бюджетного финансирования всего сельского хозяйства по действующей и новой Госпрограммам, а также максимальную сумму финансирования по желтой корзине на 2018 г., установленную соглашением России с ВТО.

Нужно разработать другие меры поддержки, относя-

щиеся к зеленой корзине, сокращать транзакционные издержки производителей. Кроме того, необходимы модернизация отрасли, сокращение затрат. Без этого невозможно обеспечение конкурентоспособности отечественных производителей на внутреннем и внешнем рынках [5]. Чтобы запустить такую схему развития отрасли, нужны соответствующая политика, стимулы со стороны государства, организующая роль крупного бизнеса.

Необходима разработка мероприятий поддержки, относящихся к зеленой корзине. Кроме того, нужны модернизация подотрасли, переход на схемы производства, сложившиеся в развитых странах и основанные на взаимодействии крупных компаний с фермерскими хозяйствами.

Благодаря такому взаимодействию крупные компании достигают экономии за счет сокращения расходов, а фермеры получают высокие доходы за счет концентрации производства, современных технологий, гарантий по сбыту, отражению посягательств на имущество и доходы со стороны бандитов, рейдеров, чиновников и т.д.

ЛИТЕРАТУРА

1. Глазьев С.Ю. Снова к альтернативной системе мер государственной политики модернизации и развития отечественной экономики (предложения на 2013–2014 гг.) // Российский экономический журнал. 2013. №3. С. 3–37.
2. О ходе и результатах реализации в 2012 году Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008–2012 годы: национальный доклад. М.: Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. 2013, 283 с.
3. Официальный сайт Росстата URL: <http://www.gks.ru/main/price/#> (дата обращения: 12.03.2014)
4. Пьянкова К., Порвадов М., Мохнаткина В., Веселова А. Выявление латентных знаний потребителей как основа маркетинговых исследований рынка продовольствия // Предпринимательство. 2009. № 7. С. 115–120.
5. Российская экономика в 2012 году. Тенденции и перспективы. (Выпуск 34) М.: Институт Гайдара. 2013. стр. 300–337
6. Узун В.Я. Особенности российской политики поддержки сельского хозяйства и необходимость ее кардинальной корректировки после вступления в ВТО // Доклад на семинаре "Бюджетные расходы и государственная поддержка сельского хозяйства: подходы и оценка", проводимом Институтом экономической политики им. Е.Т. Гайдара 15 октября 2012 г.
7. Участие иностранного капитала в пищевой промышленности России. М.: Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. URL: <http://mcx-consult.ru> (дата обращения: 15.03.2014)
8. Ходос Д.В. Экономический механизм инновационного развития сельского хозяйства региона // Управление экономическими системами. 2013. №3. URL: <http://uecs.ru/uecs-51-512013/item/2011-2013-03-05-06-41-03> (дата обращения: 13.03.2014)
9. Чекавинский А.Н. Организационно-экономический механизм государственной поддержки проектов модернизации сельского хозяйства // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2013. №6 (30). стр.104–112.

© Д.Д. Шаклеина, (ksenia--27@yandex.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ БАЗОВЫХ ФАКТОРОВ НА ЦЕНЫ ЦВЕТНЫХ МЕТАЛЛОВ

ANALYSIS OF INFLUENCE FACTORS ON THE BASE PRICE OF NON-FERROUS METALS

I. Shevelev

Annotation

This paper describes the results of a study of factors affecting the prices of non-ferrous metals. With built data models were established trend changes as the factors identified by the prices of metals in the period from 2009 to 2013. The analysis showed that during this period the increasing influence on the prices of non-ferrous metals markets businesses assisted processes of production of goods and finance, with a decrease in the role of market fluctuations in the energy markets. Also revealed that the price of copper these trends are opposite. In addition, using Markov chains forecast made on the influence of the factors identified metals prices in the short term.

Keywords: non-ferrous metal, prices, factor analysis, the London Stock Exchange, the Markov chain.

Шевелев Илья Михайлович

*ФГБОУ ВПО Пермский
национальный исследовательский
политехнический университет,
Березниковский филиал*

Аннотация

В данной работе описываются результаты исследования факторов, влияющих на цены цветных металлов. С помощью построенных по годам моделей были установлены тенденции изменений роли выявленных факторов на цены металлов в период с 2009 по 2013 годы. Проведенный анализ показал, что за указанный период усиливающееся влияние на цены цветных металлов оказывали процессы на рынках производственных товаров и финансов, при снижении роли конъюнктурных колебаний на рынках энергоносителей. Также выявлено, что для цен на медь указанные тенденции имеют противоположный характер. Кроме того, с помощью цепей Маркова сделан прогноз влияния выявленных факторов на цены металлов на краткосрочную перспективу.

Ключевые слова:

Цветные металлы, цены, факторный анализ, Лондонская биржа, цепи Маркова.

Как известно, долгое время традиционными факторами, влияющими на цены цветных металлов на мировом рынке, были совокупный спрос и предложение, а также уровень складских биржевых запасов, который тесно коррелировал с биржевыми котировками соответствующих этим запасам металлов. Однако с середины 2000-х годов, из-за большого притока средств на рынок цветных металлов, обусловленного интересом инвесторов к краткосрочным сделкам по металлам как к высокодоходным биржевым активам, большую роль в их ценообразовании стала играть спекулятивная составляющая. При этом на цены цветных металлов стали оказывать непосредственное влияние различные финансовые активы, курсы валют и цены на другие биржевые товары.

В работе [1] анализировались данные о ежедневных ценах LME на основные цветные металлы, а также цены на драгметаллы и жидкие топливно-энергетические ресурсы за период с 01.01.2009 по 01.11.2013 включительно – всего 1766 значений. В ходе исследования методом главных компонент было выявлено три базовых фактора влияющих на цену металлов: фактор рынка производственных товаров, фактор рынка финансовых активов и фактор рынка энергоресурсов. Кроме того, было показано, что более половины вариаций цен цветных ме-

таллов объяснялось отобранными факторами.

В текущей работе была осуществлена попытка проанализировать и объяснить динамику влияния каждого отдельного фактора на каждый металл, а также спрогнозировать доли влияния полученных факторов в будущем при сохранении наметившихся за предыдущие пять лет тенденций.

Для этого данные за период с 01.01.2009 по 01.11.2013 были дополнены данными с 02.11.2013 по 31.12.2013 включительно. Таким образом, всего рассматривалось 1826 значений для цен каждого из следующих биржевых товаров: алюминий, медь, никель, олово, свинец, цинк, золото, серебро, платина, палладий, нефть Brent, нефть Light, мазут, бензин. Получившийся массив данных был разбит на пять интервалов, которые соответствовали пяти годам [1,6].

Из временных рядов цен на вышеназванные товары были удалены трендовые составляющие, сезонные и циклические компоненты и автокорреляция. Это позволило получить из них необходимые случайные величины, которые были в дальнейшем использованы для построения соответствующих регрессионных моделей [1,2,3,4].

Рассмотрим для начала динамику воздействия факторов на цену алюминия. Соответствующие регрессионные модели представлены ниже:

$$Y_{Al}^{2009} = 0,609 \cdot \Phi_1 + 0,198 \cdot \Phi_2 + 0,298 \cdot \Phi_3 \quad (1)$$

$$Y_{Al}^{2010} = 0,625 \cdot \Phi_1 + 0,205 \cdot \Phi_2 + 0,297 \cdot \Phi_3 \quad (2)$$

$$Y_{Al}^{2011} = 0,696 \cdot \Phi_1 + 0,219 \cdot \Phi_2 + 0,267 \cdot \Phi_3 \quad (3)$$

$$Y_{Al}^{2012} = 0,708 \cdot \Phi_1 + 0,224 \cdot \Phi_2 + 0,201 \cdot \Phi_3 \quad (4)$$

$$Y_{Al}^{2013} = 0,750 \cdot \Phi_1 + 0,256 \cdot \Phi_2 + 0,107 \cdot \Phi_3 \quad (5)$$

где

Φ_1 – производственный фактор;

Φ_2 – финансовый фактор;

Φ_3 – энергетический фактор;

Y_{Al} – стандартизированные случайные величины, полученные из цен LME на алюминий после удаления из них тренда и автокорреляции.

Влияние факторов на цену алюминия в процентном соотношении представлено в табл. 1.

Таблица 1.

Коэффициенты уравнений линейной множественной регрессии, а также доли влияния каждого фактора на цену алюминия по годам.

Годы	Φ_1	Φ_2	Φ_3	доля Φ_1	доля Φ_2	доля Φ_3
2009	0,609	0,198	0,298	55,11%	17,92%	26,97%
2010	0,625	0,205	0,297	55,46%	18,19%	26,35%
2011	0,696	0,219	0,267	58,88%	18,53%	22,59%
2012	0,708	0,224	0,201	62,49%	19,77%	17,74%
2013	0,750	0,256	0,107	67,39%	23,00%	9,61%

Аналогично, как и для цены алюминия, по годам были рассчитаны коэффициенты в факторных моделях для других металлов, а также их доли влияния, они представлены в табл. 2.

Таблица 2.

Коэффициенты уравнений линейной множественной регрессии, а также доли влияния каждого фактора на цены цветных металлов по годам.

Годы	Φ_1	Φ_2	Φ_3	доля Φ_1	доля Φ_2	доля Φ_3
Медь						
2009	0,650	0,293	0,393	48,65%	21,93%	29,42%
2010	0,563	0,323	0,352	45,48%	26,09%	28,43%
2011	0,484	0,382	0,298	41,58%	32,82%	25,60%
2012	0,475	0,419	0,274	40,67%	35,87%	23,46%
2013	0,442	0,429	0,222	40,44%	39,25%	20,31%
Никель						
2009	0,601	0,129	0,335	56,43%	12,11%	31,46%
2010	0,610	0,171	0,297	56,59%	15,86%	27,55%
2011	0,616	0,190	0,243	58,72%	18,11%	23,16%
2012	0,669	0,190	0,187	63,96%	18,16%	17,88%
2013	0,684	0,202	0,107	68,88%	20,34%	10,78%
Олово						
2009	0,411	0,096	0,233	55,54%	12,97%	31,49%
2010	0,492	0,118	0,217	59,49%	14,27%	26,24%
2011	0,561	0,145	0,179	63,39%	16,38%	20,23%
2012	0,562	0,155	0,098	68,96%	19,02%	12,02%
2013	0,596	0,173	0,079	70,28%	20,40%	9,32%
Свинец						
2009	0,681	0,108	0,252	65,42%	10,37%	24,21%
2010	0,690	0,150	0,149	69,77%	15,17%	15,07%
2011	0,717	0,167	0,113	71,92%	16,75%	11,33%
2012	0,726	0,181	0,102	71,95%	17,94%	10,11%
2013	0,775	0,207	0,094	72,03%	19,24%	8,74%
Цинк						
2009	0,702	0,095	0,226	68,62%	9,29%	22,09%
2010	0,764	0,146	0,198	68,95%	13,18%	17,87%
2011	0,737	0,168	0,127	71,41%	16,28%	12,31%
2012	0,765	0,188	0,096	72,93%	17,92%	9,15%
2013	0,771	0,207	0,077	73,08%	19,62%	7,30%

По расчетам видно, что для всех металлов, кроме меди доля влияния производственного и финансового факторов росли, а энергетического – уменьшалась.

Наибольший средний темп прироста доли влияния производственного фактора равный 3,69% наблюдался у

олова – $\{\bar{\Delta}_{Sn}^{\Phi_1}\}$,

наименьший равный 1,11% – у цинка $\{\bar{\Delta}_{Zn}^{\Phi_1}\}$,

доля производственного фактора, влияющего на цену

меди $\{\bar{\Delta}_{Cu}^{\Phi_1}\}$ уменьшалась в среднем на 2,05% в год.

Наибольший средний темп прироста доли влияния финансового фактора равный 4,33% наблюдался

у меди $\{\bar{\Delta}_{Cu}^{\Phi_2}\}$,

а наименьший, равный 1,27% – у алюминия $\{\bar{\Delta}_{Al}^{\Phi_2}\}$.

Быстрее всего уменьшалась доля энергетического фактора в уравнениях, описывающих цену

олова $\{\bar{\Delta}_{Sn}^{\Phi_3}\}$, медленнее всего – цинка $\{\bar{\Delta}_{Zn}^{\Phi_3}\}$,

их доли уменьшались на 5,54% и на 3,70% в год соответственно.

Различная в отдельные годы долевая структура влияющих на цену металла факторов может быть представлена в виде некоторой системы S , в которой происходит случайный процесс с дискретными состояниями

$$S_1, \dots, S_k$$

и дискретным временем, то есть в виде цепи Маркова.

Так как данные цепи для рассмотренных металлов не являются однородными, то состояние системы S_6^{Me} для каждого отдельного металла, то есть долевая структура факторов на протяжении всего 2014 года, была спрогнозирована с помощью матрицы перехода, составленной на основе предыдущих состояний этой же системы S_4^{Me} и S_5^{Me} [5].

Матрицы перехода для различных металлов представлены формулами 7–12:

$$P^{Al} = \begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 \\ 0 & 1 & 0 \\ 0,276 & 0,182 & 0,542 \end{pmatrix} \quad (7)$$

$$P^{Cu} = \begin{pmatrix} 0,994 & 0,006 & 0 \\ 0 & 1 & 0 \\ 0,276 & 0,134 & 0,866 \end{pmatrix} \quad (8)$$

$$P^{Ni} = \begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 \\ 0 & 1 & 0 \\ 0,275 & 0,122 & 0,603 \end{pmatrix} \quad (9)$$

$$P^{Sn} = \begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 \\ 0 & 1 & 0 \\ 0,110 & 0,115 & 0,775 \end{pmatrix} \quad (10)$$

$$P^{Pb} = \begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 \\ 0 & 1 & 0 \\ 0,007 & 0,129 & 0,864 \end{pmatrix} \quad (11)$$

$$P^{Zn} = \begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 \\ 0 & 1 & 0 \\ 0,017 & 0,186 & 0,798 \end{pmatrix} \quad (12)$$

Соответствующие прогнозы доли факторов влияющих на цены металлов на протяжении всего 2014 года представлены в табл. 3.

Таблица 3.

Прогноз доли влияния каждого фактора на цены цветных металлов в 2014 году.

Металл	доля Φ_1	доля Φ_2	доля Φ_3
Алюминий	70,04%	24,75%	5,21%
Медь	40,21%	42,20%	17,59%
Никель	71,85%	21,66%	6,49%
Олово	71,31%	21,47%	7,22%
Свинец	72,09%	20,36%	7,55%
Цинк	73,20%	20,98%	5,82%

На рисунках 1–6 представлена динамика доли влияния факторов на цены металлов.

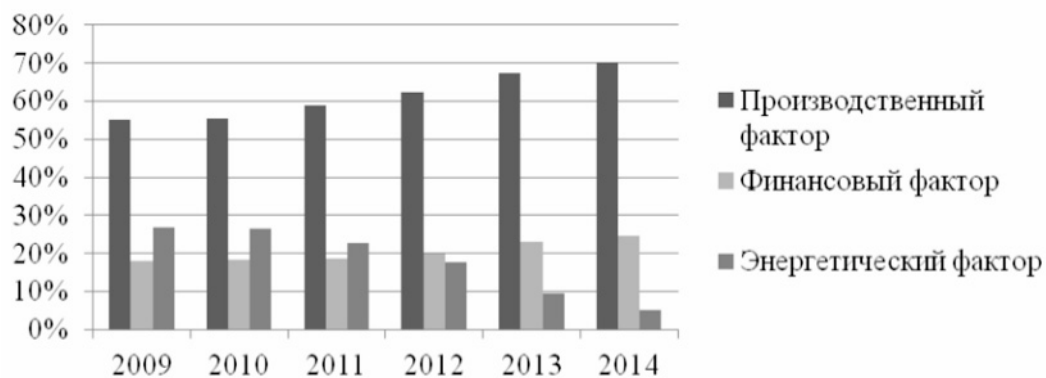


Рис.1. Динамика доли влияния факторов на цену алюминия.

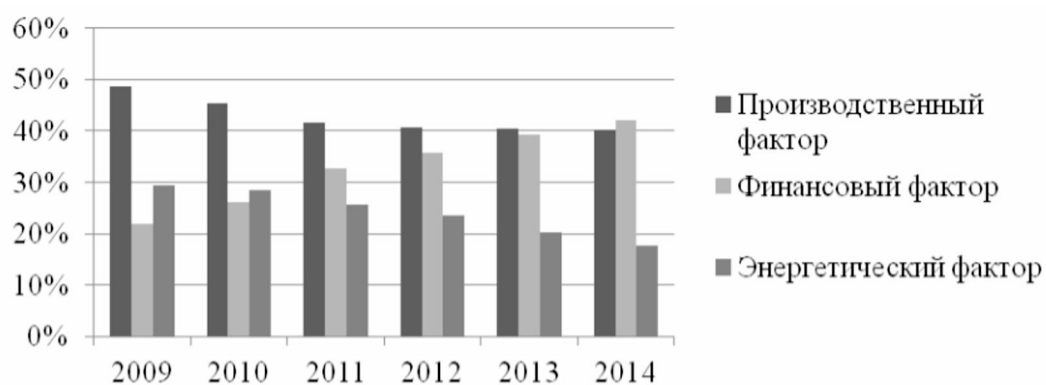


Рис.2. Динамика доли влияния факторов на цену меди.

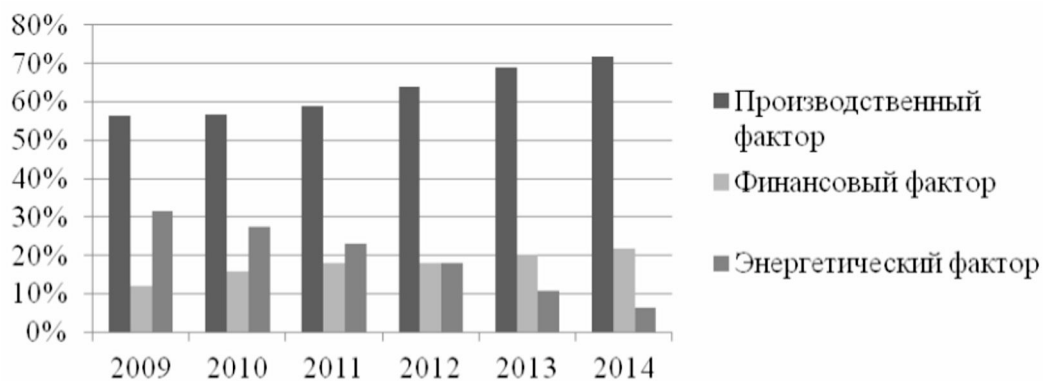


Рис.3. Динамика доли влияния факторов на цену никеля.

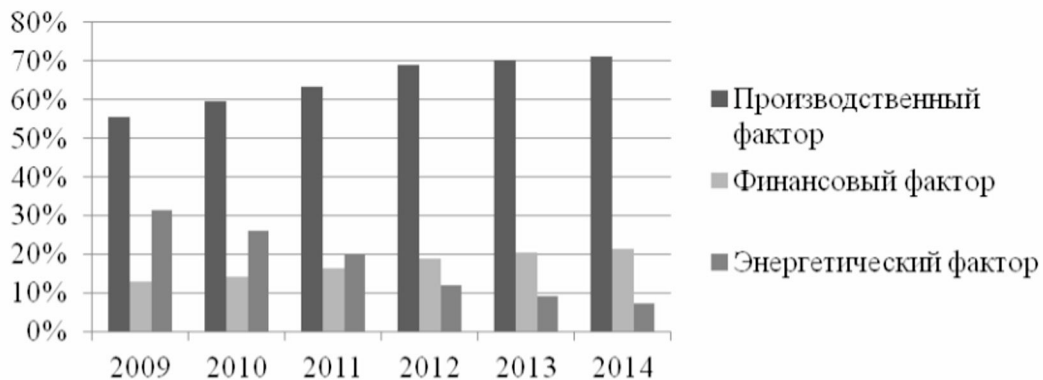


Рис.4. Динамика доли влияния факторов на цену олова.

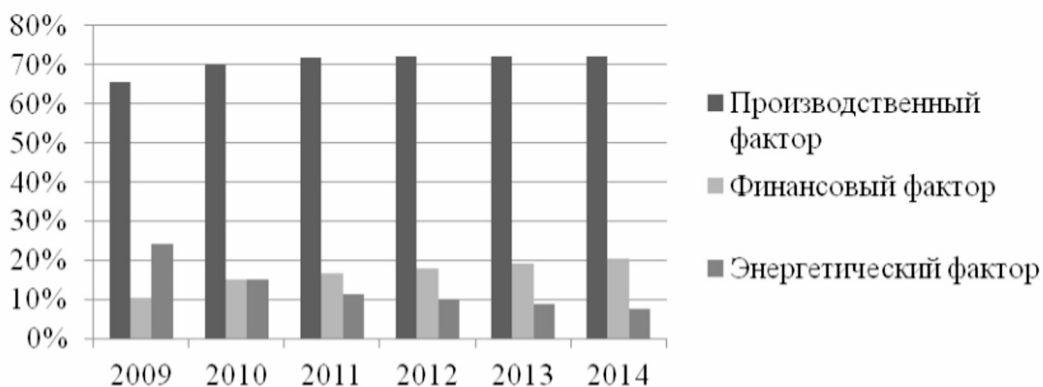


Рис.5. Динамика доли влияния факторов на цену свинца.

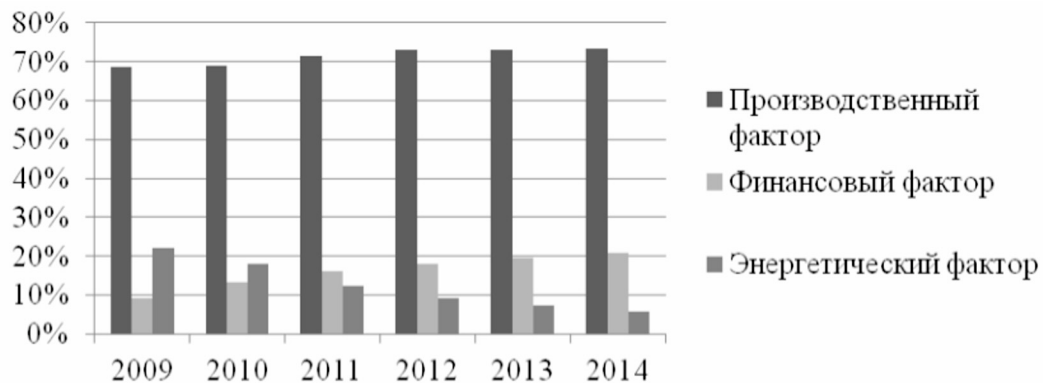


Рис.6. Динамика доли влияния факторов на цену цинка.

Рост доли влияния финансового фактора на ценообразование цветных металлов может быть объяснен тем, что в настоящее время цветные металлы становятся все более привлекательным объектом для вложения инвестиционного капитала, становясь в какой-то мере финансовым субститутом драгоценных металлов. Таким образом, рост цен на драгоценные металлы увеличивает спрос на цветные металлы как финансового актива и подогревает цены на них.

Падение же цен на драгоценные металлы, во-первых, вызывает переток капитала "от цветных металлов в драгоценные", так как они являются более ликвидными активами, что способствует снижению спроса, а значит и снижению цен на цветмет. Во-вторых, подобное падение говорит игрокам на бирже о том, что появились более доходные, хотя, скорее всего, менее надежные и довольно рискованные активы на финансовом рынке, и денежные потоки устремляются туда, в том числе и из цветных металлов, что сопровождается снижением их цен.

Высокая доля влияния рынка производственных товаров в ценообразовании цветных металлов по-видимому объясняется особенностями групповой динамики цен на цветные металлы, отражающей их отраслевое потребление в той или иной фазе экономического цикла [1,7]. Рост доли влияния производственного фактора обусловлен также быстрым падением доли влияния рынка энергоресурсов.

Для меди падение доли влияния производственного фактора объясняется резким скачком доли финансового фактора, при том же, что и у остальных металлов, снижении доли энергетического фактора. При этом доля влияния энергетического фактора на цену меди на протяжении предыдущих лет была самой высокой по всем металлам, и останется таковой по прогнозу на протяжении всего 2014 года. То, что влияние производственного и фи-

нансового факторов на цену меди практически сравнялись в 2013–2014 годах, а доля влияния фактора энергетического остается стабильно высокой, подтверждает вывод, сделанный в работе [1] о том, что медь может быть использована в качестве первичного индикатора конъюнктурных колебаний на рынках цветных и драгоценных металлов, а также энергоресурсов [8].

Высокая доля энергетического фактора в 2009 году, является следствием очень высоких цен на углеводороды, когда большие объемы "нефтяных" денег вкладывались в различные финансовые активы, в том числе, в ставшие к тому времени очень привлекательными цветные металлы. Рост цен на углеводороды увеличивал количество денежной массы, вкладываемой в металлы, повышая спрос на них, а значит, и повышая цены. Катастрофическое падение цен на углеводороды во время мирового кризиса привело к истощению этого источника постоянных денежных вливаний, следствием чего стало уменьшение доли влияния энергетического фактора на ценообразование цветных металлов. Дальнейшее обратное повышение цен на углеводороды не остановило этот процесс, так как вновь появляющиеся денежные потоки были не сравнимы с теми, которые поступали на финансовые рынки до кризиса. Скорее всего, в данный момент, когда цены на углеводороды уже достаточно высоки и остаются более-менее стабильными на протяжении трех лет, образующейся денежной массы, которая может быть вовлечена в спекуляции на финансовых рынках, все еще не достаточно для того, чтобы цены на углеводороды, то есть энергетический фактор, весомо влияли на цену цветных металлов. По-видимому, существует некая критическая цена на углеводороды, находясь в окрестности которой на протяжении некоторого промежутка времени, текущая цена не может обеспечить достаточного количества "нефтяных" денег для вливания в цветные металлы, и доля влияния энергетического фактора на их ценообразование стремиться к минимуму.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шевелев И.М., Черный С.А. Анализ корреляции цен металлов на Лондонской бирже // – Фундаментальные исследования. – 2014. – №3, ч.4. – с.810–816.
2. Бокс Дж., Дженкинс Г. Анализ временных рядов, прогноз и управление / пер. с англ. – М.: Мир, 1974, кн. 1. – 406 с.
3. Боровиков В. STATISTICA: Искусство анализа данных на компьютере. Для профессионалов – СПб.: Питер, – 2001, – 656 с.
4. Кендалл М., Стьюарт А. Многомерный статистический анализ и временные ряды / пер. с англ. – М.: Мир, 1976 г. – 736 с.
5. Кемени Дж., Снелл Дж. Конечные цепи маркова / пер. с англ. – М.:Наука, 1970 г. – 272 с.
6. Экспорт котировок LME / Информация ЗАО "Инвестиционная компания ФИНАМ" / www url: <http://www.finam.ru/analysis/profile0000300007/default.asp>
7. Jerrett D., Cuddington J.T. Broadening the statistical search for metal price super cycles to steel and related metals // Resources policy. 2008. Vol.33. Is.4. P. 188–195
8. Wrigt S. Metals Market Correlations / Information of Zeal LLC / www url: <http://www.zeallc.com/2006/basecorr.htm>

ОБЪЕДИНЕНИЕ БИЗНЕСА

BUSINESS COMBINATION

V. Batalova

Annotation

The accounting for business combinations in accordance with IFRS 3 is for using the purchase method. The buyer takes into account the acquired identifiable assets, liabilities and contingent liabilities of the acquiree at their fair values at the acquisition date, as well as goodwill, which is then tested for impairment. In accordance with IFRS 3, goodwill should be measured after initial recognition, taking into account any accumulated impairment losses. Goodwill is not amortized but must be tested for impairment at least once a year. In accordance with IFRS 3, negative goodwill should immediately be recognized by the buyer as income. The buyer takes into account the identifiable assets, liabilities and contingent liabilities at their fair values at the date of purchase, as well as goodwill, which is tested for impairment.

Keywords: the business, assets, depreciation, loss, liability.

Аннотация

Учет объединения бизнеса в соответствии с IFRS 3 происходит по методу покупки. Покупатель учитывает приобретаемые идентифицируемые активы, обязательства и условные обязательства приобретаемой компании по их справедливой стоимости на дату приобретения, а также учитывает гудвилл, который впоследствии тестируется на предмет обесценения. В соответствии с IFRS 3, гудвилл должен измеряться после первоначального признания с учетом накопленных убытков от обесценения. Гудвилл не амортизируется, однако должен тестироваться на предмет обесценения, по крайней мере, один раз в год. В соответствии с IFRS 3, отрицательный гудвилл должен немедленно признаваться покупателем в качестве дохода. Покупатель учитывает идентифицируемые активы, обязательства и условные обязательства по их справедливой стоимости на дату покупки, а также учитывает гудвилл, который тестируется на предмет обесценения.

Ключевые слова:

Бизнес, активы, амортизация, убытки, обязательства.

Объединение бизнеса – это объединение отдельных компаний в одну отчитывающуюся компанию.

Практически во всех объединениях одна из объединяющихся компаний получает контроль над другой объединяющейся компанией.

В случае, когда компания приобретает активы, не являющиеся бизнесом, стоимость приобретения представляет справедливую стоимость активов на дату приобретения.

Объединение бизнеса может быть проведено несколькими способами, в соответствии с конкретными юридическими, налоговыми и другими особенностями.

Оно может представлять:

- ◆ покупку капитала другой компании,
- ◆ покупку всех чистых активов другой компании,
- ◆ признание обязательств другой компании,
- ◆ покупку части активов другой компании, которые вместе составляют один или несколько видов бизнеса.

Объединение может быть проведено с помощью вы-

пуска акций, оплаты денежными средствами, их эквивалентами или другими активами. Возможна также комбинированная оплата покупки различными активами.

В следующих примерах сокращения ОПУ и ББ относятся соответственно к отчету и прибылям и убыткам и бухгалтерскому балансу.

Отношения между объединенными компаниями могут сложиться таким образом, что компания-покупатель станет материнской компанией, а приобретаемая компания – дочерней компанией. В данном случае компания-покупатель применяет IFRS 3 при составлении консолидированной финансовой отчетности.

Покупатель включает долю участия в приобретаемой компании в своей отдельной финансовой отчетности в качестве показателя инвестиции в дочернюю компанию (IAS 27).

Объединение бизнеса может представлять приобретение чистых активов, при этом, не включая приобретение капитала. В результате данного объединения не образуется отношений между компаниями как между материнской и дочерней.

Все объединения бизнеса должны учитываться с применением метода покупки. В соответствии с этим методом объединение бизнеса отражается в учете покупателя.

Покупатель приобретает чистые активы и учитывает активы, обязательства и условные обязательства.

Применение метода покупки включает следующие этапы:

1. Определение покупателя;
2. Определение затрат на объединение;
3. На дату покупки, отнесение затрат на объединение бизнеса на приобретенные активы, обязательства и условные обязательства.

Поскольку в соответствии с методом покупки объединение бизнеса отражается в учете покупателя, предполагается, что один из участников объединения должен быть обозначен в качестве покупателя.

Контроль – возможность определять / регламентировать финансовую и хозяйственную политику компании.

Получение контроля предполагает покупку одной из объединяющихся компаний более половины голосующих акций другой компании. Исключения представляют случаи, когда четко определено, что такой пакет акций не обеспечивает наличие контроля.

Хотя в отдельных случаях может быть нелегко определить покупателя, всегда имеются индикаторы, позволяющие его определить, в частности:

- ◆ справедливая стоимость одной компании значительно больше, чем другой. В таких случаях большая компания является покупателем;
- ◆ объединение компаний осуществляется путем обмена обыкновенных голосующих акций на денежные средства или другие активы. В таких случаях компания, передающая денежные средства или другие активы, является покупателем;
- ◆ объединение бизнеса ведет к тому, что менеджмент одной компании получает возможность доминировать при подборе управленческих кадров компании, возникающей в результате объединения. В таком случае доминирующая компания является покупателем.

Компания, выпускающая акции, обычно является покупателем при объединении компаний на основе обмена акций.

Случай 'обратной покупки' подразумевает приобретение акций компании–покупателя.

Сторона, определяющая финансовую и хозяйственную политику, признается покупателем.

При образовании новой компании, одна из ранее существующих компаний должна быть определена в качестве покупателя на основе имеющихся признаков.

Аналогично, когда объединение включает более двух компаний, одна из них должна обязательно быть определена в качестве покупателя.

При определении покупателя должно учитываться, какая из компаний инициировала объединение, а также активы, какой из компаний преобладают в общей сумме активов объединяющихся компаний.

Покупатель должен определять стоимость объединения как совокупную величину справедливой стоимости на дату обмена чистых активов приобретаемой компании, переданных покупателю в обмен на контроль над приобретаемой компанией и любых затрат, непосредственно связанных с объединением.

В статье профессора А.С. Нечаева [1] приведен следующий пример: вы покупаете компанию за \$100 млн. и дополнительно оплачиваете \$2 млн. за юридические услуги. Стоимость объединения составляет \$102 млн.

	ОПУ/ББ	Дт	Кт
Инвестиции в дочернюю компанию	ББ	\$102млн	
Денежные средства	ББ		\$102млн

Дата покупки – это дата получения покупателем фактического контроля над приобретаемой компанией.

Когда объединение завершается после совершения одной операции обмена, дата обмена совпадает с датой покупки.

Объединение может осуществляться поэтапно путем постепенной покупки акций. В таком случае:

- ◆ стоимость объединения равна совокупной стоимости отдельных операций покупки;
- ◆ дата обмена представляет дату осуществления каждой отдельной операции обмена.

Это означает, что каждая отдельная операция обмена должна учитываться в финансовой отчетности покупателя.

Приобретенные активы и признанные обязательства в обмен на получение контроля над компанией оценива-

ются по их справедливой стоимости на дату операции обмена.

Если оплата какой-либо части стоимости объединения откладывается, справедливая стоимость такой части определяется путем дисконтирования соответствующих ей затрат до их текущей стоимости. При этом учитываются любые надбавки или скидки, которые могут применяться при оплате покупки.

Нечаев А.С. и Максимова Г.В. [2] пишут, что рыночная стоимость котируемых акций приобретаемой компании на дату обмена является наилучшим подтверждением справедливой стоимости, и именно она должна использоваться в расчетах. Данную ситуацию можно рассмотреть на примере: Вы предлагаете 1 млн. акций Вашей компании в качестве оплаты за получение контроля над приобретаемой компанией. Ваше предложение принимается.

На дату обмена рыночная стоимость Ваших акций составляет \$33 за акцию, номинальная стоимость равняется \$10 за акцию. Таким образом, \$23 (33–10) учитываются в качестве эмиссионного дохода.

	ОПУ/ББ	Дт	Кт
Инвестиции в дочернюю компанию	ББ	\$33млн	
Акционерный капитал	ББ		\$10млн
Эмиссионный доход	ББ		\$23млн

Стоимость объединения включает величину обязательств приобретаемой компании, принятых покупателем в обмен на получение контроля над приобретаемой компанией.

Стоимость объединения включает любые затраты, непосредственно связанные с объединением, такие как затраты на профессиональные услуги бухгалтеров, юристов, оценщиков и других экспертов, необходимые для осуществления объединения.

Общие административные расходы, включая расходы на содержание отдела закупок, не включаются в стоимость объединения, они признаются в качестве расходов по мере их возникновения.

В статье "Анализ регулирования механизмов резервирования земель для государственных нужд" [3] автор утверждает, что будущие затраты или убытки, которые компания ожидает понести в результате объединения, не являются обязательствами, принятыми покупателем в обмен на контроль над приобретаемой компанией. По-

этому они не включаются в стоимость объединения. Например, вы покупаете компанию за \$30 млн. Затем планируете сокращение штата приобретаемой компании, чтобы сделать приобретаемый бизнес прибыльным. Выплаты сокращаемым работникам составят \$4 млн. Указанная сумма представляет будущие затраты, которые не подлежат включению в стоимость объединения.

	ОПУ/ББ	Дт	Кт
Инвестиции в дочернюю компанию	ББ	\$30млн	
Денежные средства	ББ		\$30млн

Условные обязательства не являются будущими убытками. Они представляют собой обязательства, принятые в прошлом, или обязательства, по которым у компании нет уверенности в том, что они будут погашены.

Затраты на выпуск финансовых обязательств, например, облигаций, не входят в стоимость объединения, даже если обязательства выпускаются для осуществления объединения. Такие затраты уменьшают величину поступлений от выпуска облигаций (IAS 39).

Корректировки стоимости объединения, обусловленные будущими событиями. Когда договор об объединении компаний предусматривает корректировку стоимости, обусловленную будущими событиями, покупатель должен включать сумму корректировки в стоимость объединения на дату покупки, если существует вероятность такой корректировки, а ее величина может быть надежно оценена.

Обычно сумму такой корректировки можно оценить заранее, но если в будущем ожидаемое событие не произойдет, или если первоначальную оценку необходимо будет пересмотреть, в стоимость объединения должны быть внесены соответствующие корректировки.

Корректировка не включается в стоимость объединения, если она не является вероятной, и ее сумма не может быть надежно оценена. Если корректировка становится вероятной, она учитывается в стоимости объединения.

Операции с дополнительными платежами можно рассмотреть на следующем примере [4]. Вы покупаете компанию за \$50 млн. Ваш продавец хочет получить оплату денежными средствами. Вместо оплаты Вы предлагаете продавцу в качестве возмещения свои акции. Затем Вы выпускаете 50 млн. акций, стоимостью \$1 каждая. (Номинал одной акции составляет \$0,1.) Если цена на акции упадет в течение первых трех месяцев после выпуска, Вы выпустите дополнительные акции в качестве компенсации.

Стоимость акции падает до \$0,8 долл.

Вы выпускаете дополнительные 12,5 млн. акций в качестве возмещения.

	ОПУ/ББ	Дт	Кт
Чистые активы приобретаемой компании	ББ	\$50млн	
Акционерный капитал	ББ		\$5млн
Эмиссионный доход	ББ		\$45млн
<i>Первый выпуск акций</i>			
Эмиссионный доход	ББ	\$10млн	
Акционерный капитал (12,5млн * \$0,1)	ББ		\$1,25млн
Эмиссионный доход	ББ		\$8,75млн

В случае выпуска долговых инструментов, дополнительный платеж учитывается как уменьшение эмиссионного дохода или увеличение скидки на стоимость первоначально выпущенных долговых инструментов.

В статье "Проблемы перехода России на международные стандарты финансовой отчетности" [5] провели анализ затрат, в частности отнесения затрат на приобретенные активы.

На дату покупки покупатель должен отнести затраты на покупку на справедливую стоимость приобретенных объектов активов и обязательств.

Исключениями являются долгосрочные активы, которые классифицируются как удерживаемые для продажи в соответствии с IFRS 5 и должны учитываться по справедливой стоимости за вычетом расходов на продажу.

Вы покупаете группу компаний за \$45 млн. Вы собираетесь продать одну из компаний этой группы, при этом возникновение расходов на продажу не ожидается. Справедливая стоимость этой компании за вычетом расходов на продажу составляет \$8 млн.

Для оставшейся части бизнеса стоимость активов составляет \$50 млн., обязательств – \$11 млн. и условных обязательств – \$2млн. В целях отнесения затрат производятся следующие записи:

	ОПУ/ББ	Дт	Кт
Активы - по видам	ББ	\$50млн	
Денежные средства	ББ		\$45млн
Обязательства по видам	ББ		\$11млн
Условные обязательства	ББ		\$2млн
Активы, удерживаемые для продажи	ББ	\$8млн	

Покупатель должен отдельно признавать идентифицируемые активы, обязательства и условные обязательства приобретаемой компании на дату покупки только в том случае, если они отвечают следующим критериям:

- ◆ у покупателя есть уверенность в том, что в будущем он получит экономические выгоды от этих активов, и если их справедливая стоимость может быть надежно оценена (для всех активов, за исключением нематериальных);
- ◆ у покупателя есть уверенность в том, что для погашения обязательства потребуется произвести платеж, и если его справедливая стоимость может быть надежно оценена (для обязательств, за исключением условных обязательств);
- ◆ справедливая стоимость нематериальных активов и/или условных обязательств может быть надежно оценена.

Вы покупаете иностранную компанию. У нее есть здание, первоначальная стоимость которого 10 лет назад была равна \$80 млн. Здание амортизируется в течение 20 лет по \$4 млн. в год. В настоящее время его балансовая стоимость составляет \$40 млн. (80 млн. – (10 лет * 4млн.)). Вы получаете информацию, что согласно национальным стандартам бухгалтерского учета страны приобретаемой компании, Вы не можете переоценивать объекты недвижимости по справедливой стоимости [6].

В отдельной финансовой отчетности этой компании здание будет по-прежнему амортизироваться по \$4 млн. в год.

В консолидированной финансовой отчетности, подготавливаемой Вашей компанией, справедливая стоимость здания составляет \$100 млн. Вы будете амортизировать его в течение оставшихся 10 лет срока полезной службы по \$10 млн. в год.

Вы делаете следующие корректировки при составлении консолидированной финансовой отчетности:

	ОПУ/ББ	Дт	Кт
Основные средства - здания	ББ		\$40млн
Амортизация	ББ	\$40млн	
Основные средства - здания	ББ	\$60млн	
Капитал - Резерв переоценки	ББ		\$60млн
<i>Корректировка стоимости здания на дату покупки компании</i>			
Расходы на амортизацию	ОПУ	\$6млн	
Амортизация	ББ		\$6млн

Применение метода покупки начинается с даты покупки, которая соответствует фактической дате получения покупателем контроля над приобретаемой компанией [7].

Поскольку покупатель признает идентифицируемые активы, обязательства и условные обязательства приобретаемой компании по их справедливой стоимости на дату покупки, участие миноритарных акционеров в приобретаемой компании учитывается как доля меньшинства в справедливой стоимости этих статей (как процент доли меньшинства в чистых активах приобретаемой компании).

Идентифицируемые активы и обязательства приобретаемой компании [8].

1. В целях отражения активов и обязательств приобретаемой компании, покупатель должен выделить из состава обязательств и отразить существующие на дату покупки обязательства по реструктуризации или уменьшению бизнеса приобретаемой компании.

2. Покупатель не должен принимать к учету обязательства, связанные с будущими убытками или другими расходами, которые компания ожидает понести в результате объединения.

Платеж, который компания должна произвести в рам-

ках существующего договора о слиянии, рассматривается как условное обязательство до того момента, пока у покупателя не появится уверенность в том, что объединение состоится.

Контрактное обязательство признается компанией, когда объединение становится вероятным, и когда его стоимость может быть надежно оценена.

После того как объединение состоится, обязательство приобретаемой компании признается покупателем как часть затрат на объединение.

План приобретаемой компании по реструктуризации бизнеса, подлежащий выполнению при условии ее покупки, не является ни текущим обязательством, ни условным обязательством до осуществления объединения. Поэтому покупатель не должен признавать такое обязательство по реструктуризации как часть затрат на объединение.

Идентифицируемые активы и обязательства включают все финансовые активы и финансовые обязательства приобретаемой компании. Они также могут включать такие активы и обязательства, которые ранее не признавались в финансовой отчетности приобретаемой компании, например, потому, что до момента покупки они не соответствовали критериям признания [9].

ЛИТЕРАТУРА

1. Аудит финансовой отчетности Магнитогорский государственный университет, 2009. – 30 стр., Курс – Финансовый аудит.
2. Гиляровская Л.Т. Экономический анализ Учебник для вузов. – 2-е изд., доп. – М.: Юнити-Дана, 2004. – 615 с.
3. Захарьин В.Р. Торговля. Бухгалтерский учет и налогообложение – М.: "Налоговый вестник", 2010. – 120 с.
4. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 592 с.
5. Максимова Г.В., Нечаев А.С. Проблемы перехода России на международные стандарты финансовой отчетности. – Известия Иркутской государственной экономической академии. 2004. № 1. С. 22–25.
6. Максимова Г.В., Нечаев А.С. Проблемы перехода России на международные стандарты финансовой отчетности. – Известия Иркутской государственной экономической академии. 2004. № 1. С. 22.
7. Нечаев А.С. Анализ регулирования механизмов резервирования земель для государственных нужд. – Имущественные отношения в Российской Федерации. 2009. № 4. С. 100–107.
8. Нечаев А.С., Гаврилова Ж.Л. Управление остаточной стоимостью основных производственных фондов. – Вестник Иркутского государственного технического университета. 2007. Т. 29. № 1. С. 222–225.
9. Нечаев А.С., Огнев Д.В. Необходимость перехода России на международные стандарты финансовой отчетности. – Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. академика М.Ф. Решетнева. 2006. № 3. С. 96–99.
10. Нечаев А.С., Гаврилова Ж.Л. К вопросу об оценке и анализе остаточной стоимости основных средств. и. 2004. № 4. С. 292–295.
11. Палий В.Ф. Международные стандарты учета и финансовой отчетности. Учебник. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 512 с.
12. Пушкина А.В., Богданов И.Г., Особые экономические зоны России: Правовое регулирование: М., Альпина Паблишер, 228 с.
13. Сажина М.А., Чибриков Г.Г. Экономическая теория Учебник для вузов. –М.: Издательство НОРМА, ИНФРА-М, 2002.
14. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности М.: ИНФРА-М, 2006. – 415 с.
15. Шильникова Г.Г., Нечаев А.С. Проблемы перехода на международные стандарты финансовой отчетности. – Известия Иркутской государственной экономической академии. 2002. № 3. С. 35.
16. Шпакова Л.В., Барулина Е.В. Как пользоваться МСФО. Альфа-Пресс – 2006, 127 с.

ПОНЯТИЕ И ВИДЫ ИНТЕРНЕТ-ТРЕЙДИНГА

CONCEPT AND TYPES OF INTERNET TRADING

A. Godin

Annotation

The article covers issues connected with the appearance of the internet-trading, analyses the role of internet-trading in the development of the securities market, shows the difference of the American and Russian internet-trading.

Keywords: securities, stock-exchange, internet-trading, listing, broker, investor, sales, American internet-trading, Russian internet-trading.

Годин Александр Михайлович

Д.э.н., профессор,
Финансовый университет
при Правительстве РФ

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы, связанные с возникновением интернет-трейдинга, исследуются значение интернет-трейдинга для развития рынка ценных бумаг, показано различие между американским и российским интернет-трейдингом.

Ключевые слова:

Ценные бумаги, биржа, интернет-трейдинг, листинг, брокер, инвестор, торги, американский интернет-трейдинг, российский интернет-трейдинг.

Существует множество способов использования относительно свободных денег – от традиционно-го хранения до покупки недвижимости. Каждый вариант имеет как свои достоинства, так и недостатки. Между тем, миллионы людей в промышленно-развитых странах полагают, что наилучшим способом вложения денег является покупка ценных бумаг. Таким образом, деньги пускаются в оборот с целью получения хорошей отдачи либо в форме регулярного дохода в форме дивидендов, либо в форме прибыли от совершения с ними активных торговых операций.

В последние годы в сфере биржевой торговли произошли изменения, значение которых сегодня трудно переоценить, а понять до конца, возможно, удастся только по истечении еще многих лет. Связаны они, в первую очередь, с произошедшим "взрывом" в развитии компьютерной техники и телекоммуникаций. То, о чём 15 лет назад трейдеру нельзя было и мечтать, сегодня доступно каждому. Оперативное получение котировок, качественная новостная и аналитическая поддержка в реальном времени, мощнейшие программные пакеты технического анализа, автоматизация торгового процесса и многое, многое другое. Более того, без преувеличения можно утверждать, что многие люди получили возможность стать трейдерами лишь благодаря повсеместному внедрению систем электронной торговли. Наверняка многим приходилось размышлять над тем, как, имея подключенный к Интернет домашний компьютер, делать что-то такое, что приносило бы дополнительный доход или даже создавало собственное рабочее место для домашнего бизнеса.

Прежде всего, определимся с понятием интернет-трейдинга:

Интернет-трейдинг (Internet trading) – удаленный доступ к торговым (инвестиционным) счетам посредством персонального компьютера и Интернета с возможностью совершения операций по покупке/продаже акций и других фондовых ценностей.

Сейчас сложилась такая ситуация, что фондовые и

валютные рынки стали наиболее приближены к частным инвесторам. В первую очередь, это отражается в том, что инвестор может отслеживать ситуацию на рынке и производить торговлю финансовыми инструментами в "реальном времени". Это стало возможным благодаря развитию глобальной сети Интернет и возникновению, так называемых он-лайн брокеров. Услуги он-лайн брокера включают в себя все те же услуги, которые предоставляет и обычный брокер, но только взаимоотношение инвестора и брокера происходит с помощью Интернет. Поэтому, в отличие от обычного брокера, он-лайн брокер, может оказывать еще и дополнительную услугу, – предоставление необходимой инвестору финансовой информации в реальном времени.

Итак, брокерская услуга в Интернет – Интернет-трейдинг – это услуга, предоставляемая инвестиционным посредником (банком, или брокерской компанией), которая позволяет клиенту осуществлять покупку/продажу ценных бумаг и валюты в реальном времени через всемирную сеть Интернет.

Обычно эта услуга подразумевает:

- ◆ Непосредственно возможность покупки/продажи финансовых активов в реальном времени;
- ◆ Возможность открытия счетов в нескольких валютах;
- ◆ Создание инвестиционного портфеля инвестора;
- ◆ Возможность использования кредитного плеча;
- ◆ Возможность хеджирования (страхования) позиций;
- ◆ Возможность участия клиента во взаимных фондах;
- ◆ Предоставление клиенту часто обновляющейся финансовой информации о котировках ценных бумаг и курсах валют;
- ◆ Предоставление клиенту аналитических статей, графической информации, возможностей использования технического анализа рынка и помощи профессионалов и т.д.

Дословный перевод термина "Интернет–трейдинг" означает "сетевые торги". Но в современных условиях этот термин имеет более узкое, но одновременно и более специализированное определение. По сути Интернет–трейдинг – это деятельность по управлению инвестициями посредством Интернет, покупка и продажа ценных бумаг через Интернет. Иногда, равноправно, используются термины "E–trading" или "I–trading".

Интернет–трейдинг – это современная технология заключения сделок с ценными бумагами, которая позволяет компании–брокеру автоматически обслуживать большое, но ограниченное количество клиентов, направляя информацию об их заявках непосредственно в торговую систему биржи.

Основные составляющие интернет–трейдинга – это торговая система, пользователи интернет–трейдинга, интернет–брокеры и программное обеспечение или система интернет–трейдинга.

Торговая система – набор правил, которых инвестор дисциплинированно придерживается при открытии длинных и/или коротких позиций. Такой набор правил поддается программированию, тестированию и оптимизации. Это биржа – организованный рынок. Биржа осуществляет контроль поставки ценных бумаг и своевременной оплаты сделки, а также предъявляет определенные требования к торгуемым на ней ценным бумагам (осуществляет листинг). На российском рынке доступ к торгам на бирже предоставляется исключительно профессиональным участникам рынка ценных бумаг, т.е. отношения напрямую между биржей и инвестором – непрофессиональным участником невозможны.

Пользователи интернет–трейдинга – это люди, имеющие свободные денежные средства и желающие их разместить на рынке ценных бумаг максимально удобно, быстро и комфортно для себя. Для этого они обращаются к посреднику – интернет–брокеру.

Интернет–брокер – это брокер, который предоставляет часть или все свои услуги с использованием сети Интернет. В обязанности Интернет–брокера входит прием от клиента поручений на исполнение сделки, передача ему отчетов о совершенных по этим поручениям сделках, депозитарные и некоторые другие услуги. Все остальные брокерские услуги (консультационные, информационные) являются сопутствующими, а в интернет–варианте предоставляется минимальный набор брокерских услуг. Это одна из причин взимания интернет–брокером минимального объема брокерских комиссионных. В мире существует множество Интернет–брокеров. Это как вновь

созданные компании, так и подразделения крупных инвестиционных банков, классических брокерских контор и взаимных фондов.

Система Интернет–трейдинга – это система, позволяющая осуществлять покупку и продажу ценных бумаг или валюты через Интернет. Она обеспечивает прямой выход на биржу в режиме online с персонального компьютера из дома или офиса. Используя возможности системы, можно самостоятельно производить покупку или продажу ценных бумаг на фондовом рынке, или покупать и продавать валюту на рынке в реальном времени по текущим биржевым котировкам.

В российской практике существует 2 вида Интернет–трейдинга:

1. Доступ к рынку для Интернет–торговли ценными бумагами осуществляется через посредника.

Брокер является номинальным держателем ценных бумаг, открывает своему клиенту доступ через Интернет к своим торговым терминалам, подключенным к торговым системам и биржам. Клиент лишь отдает распоряжения по сделкам в режиме реального времени. Кроме того, клиент в полной мере может получать все отчеты по совершенным сделкам, получать консультации специалистов, следить за новостной лентой и т.д. В настоящее время этот вариант доступа является в мире самым распространенным.

2. Прямой доступ к торгам (direct access).

Инвестор самостоятельно торгует ценными бумагами на бирже в режиме реального времени с помощью специального программного обеспечения без посредничества Интернет–брокера. Преимуществом является оперативность системы, так как можно как совершить, так и отозвать сделку. Недостатком являются более высокие риски (инвестор действует самостоятельно без помощи профессионалов).

Сравнивая российский Интернет–трейдинг с американским, можно выявить некоторые различия. В зарубежной практике Интернет–трейдинг бывает:

- ◆ "массовый" – осуществляется через Интернет–брокеров, каковые являются дисконтными и обеспечивают автоматизированный сбор заявок с дальнейшей передачей их маркет–мейкеру на исполнение;

- ◆ "элитный" – осуществляется через Electronic Communication Network (ECN), обеспечивающий прямую трансляцию заявки либо в выбранную ECN, либо на NASDAQ в очередь под именем соответствующей ECN, либо специалисту на NYSE.

ЛИТЕРАТУРА

1. Эрик Л. Найман, Малая энциклопедия трейдера, М., Альпина Паблишер, 2014
2. Э.Б. Пейтел, П. Пейтел, Internet–трейдинг. Полное руководство, М., Вильямс, 2003
3. "Интернет–трейдинг на рынке ценных бумаг: новые возможности и риски в инвестиционной деятельности", монография, М., ВГНА Минфина РФ, 2009
4. Котляров И.Д. Услуга или манипулирование: взаимодействие интернет–магазинов с потребителями // Интернет–маркетинг. – 2013. – № 6. – С. 358–364.

КРЕДИТЫ И ЗАЙМЫ

Дробот Константин Германович
 Финансовый аналитик,
 Авангард, г. Чита

LOANS AND BORROWINGS

K. Drobot

Annotation

In modern conditions the successful activity of economic entities without periodic financial and other aid from the outside, it became almost impossible. Need of additional funds attraction is the need to cover the current expenses of the organizations, as well as their long-term capital investments in manufacturing, construction and other branches of economy. Sources of attracted funding and other resources are created for these purposes, specialized financial institutions and legal persons having General legal capacity. In addition, by virtue of applicable civil legislation, individuals may also be members of debt relations, both in household, and in entrepreneurial activity. Credit in a broad sense is a system of economic relations arising from the transfer of property in cash or in kind among persons on other conditions of return and, as a rule, the payment of interest for the temporary use of the transferred property. There are a Bank loan and a loan.

Keywords: a credit, loan, financial and credit institutions, loan agreement.

Аннотация

В современных условиях успешная деятельность хозяйствующих субъектов без периодической финансовой и иной материальной помощи извне стала практически невозможной. Потребность дополнительного привлечения средств связана с необходимостью покрытия текущих затрат организаций, а также их долгосрочных капитальных вложений в производство, строительство и другие отрасли хозяйства. Источниками привлекаемых финансовых и иных средств выступают как созданные для этих целей специализированные финансово-кредитные учреждения, так и юридические лица, имеющие общую правоспособность. Кроме того, в силу действующего гражданского законодательства физические лица тоже могут быть участниками заемных отношений, причем как в бытовой, так и в предпринимательской области деятельности. Кредит в широком смысле – это система экономических отношений, возникающая при передаче имущества в денежной или натуральной форме одними лицами другим на условиях последующего возврата и, как правило, с уплатой процентов за временное пользование переданным имуществом. Различают банковский кредит и заем.

Ключевые слова:

Кредит, заем, финансово-кредитные учреждения, кредитный договор.

Основным первичным документом по операциям, связанным с получением кредита или займа, является договор. Если по договору кредита или займа организация получает на расчетный счет денежные средства, то первичным документом будет также платежное поручение от банка и банковская выписка, а если она получает заем в виде имущества – акт приемки-передачи имущества.

С 1 января 2002 г. порядок учета полученных организацией кредитов и займов регулируется Положением по бухгалтерскому учету "Учет займов и кредитов и затрат по их обслуживанию" ПБУ 15/01, утв. приказом Минфина России от 2 августа 2001 г. № 60н, (с измен от 2014 г.) [1].

В ПБУ 15/01 практически не приводится определение того, что понимается под займами, товарным и коммерческим кредитами. В главе 42 ГК РФ "Заем и кредит" приводятся определения таких понятий, как договор займа и кредитный договор [2].

Антипина О.В. провела анализ договора займа. Делая ссылки на ГК РФ (ст. 807), автор пишет, что одна сторона (заимодавец) передает в собственность другой стороне (заемщику) деньги или другие вещи, определенные родовыми признаками. Заемщик обязуется возвратить заимодавцу такую же сумму денег (сумму займа) или

равное количество других полученных им вещей. Кроме того, заимодавец имеет право на получение с заемщика процентов на сумму займа в размере и в порядке, определенных договором [3].

Кредитный договор. Согласно ГК РФ (ст. 819) банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных кредитным договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

Кредиты и займы разделяют:

- 1) по форме заключения договора;
- 2) по способу привлечения заемных средств;
- 3) по сроку задолженности заемщика заимодавцу.

Подразделение по форме заключенного договора. Кредиты согласно п. 1 ПБУ 15/01 могут быть предоставлены в форме кредитного договора, товарного и коммерческого кредитов [4].

Ст. 822 ГК РФ устанавливает, что договор, предусматривающий обязанность одной стороны предоставить другой стороне вещи, определенные родовыми признаками, является договором товарного кредита [5].

Коммерческий кредит – договор, исполнение которо-

го в соответствии со ст. 823 ГК РФ связано с передачей в собственность другой стороне денежных сумм или других вещей, определяемых родовыми признаками. Кредит может быть предоставлен в виде аванса, предварительной оплаты, отсрочки или рассрочки оплаты товаров, работ, услуг [6].

Бюджетный кредит также является одной из форм кредита, определение которого приводится в БК РФ.

Бюджетный кредит – средства, предоставляемые организациям на возмездной и возвратной основе государственными органами (федеративными и местного самоуправления).

Займы могут быть государственными и целевыми.

Договор государственного займа согласно ст. 817 ГК РФ предусматривает в качестве заемщика РФ, субъект РФ, а в качестве заимодавца – юридическое лицо [7]. Договор заключается путем приобретения юридическим лицом выпущенных государственных ценных бумаг, удостоверяющих право заимодавца на получение от заемщика предоставленных ему займы денежных средств или в зависимости от условий займа иного имущества, установленных процентов либо иных имущественных прав.

Таким образом, по договору государственного займа юридическое лицо не получает, а предоставляет заем государству.

Договор целевого займа заключают с условием использования заемщиком полученных средств на определенные цели, причем заемщик в соответствии с положениями ст. 814 ГК РФ обязан обеспечить заимодавцу возможность контроля за целевым использованием займа. В случае невыполнения заемщиком перечисленных условий договора займа заимодавец вправе потребовать досрочного возврата суммы займа и уплаты причитающихся процентов, если иное не предусмотрено договором.

Подразделение по способу привлечения заемных средств. Договоры займов согласно п. 7 ПБУ 15/01 могут быть заключены путем выпуска и продажи облигаций, выдачи векселей.

Облигацией согласно ст. 816 ГК РФ признается ценная бумага, удостоверяющая право ее держателя на получение от лица, выпустившего облигацию, в предусмотренный срок номинальной стоимости облигации или иного имущественного эквивалента.

Облигация предоставляет ее держателю также право на получение фиксированного процента от номинальной стоимости облигации либо иные имущественные права.

Вексель – ничем не обусловленное обязательство векселедателя (либо иного указанного в векселе плательщика) выплатить по наступлении предусмотренного векселем срока полученные займы денежные суммы (ст. 815 ГК РФ).

В статье профессора Нечаева А.С. подробно описано подразделение по сроку задолженности заемщика заимодавцу. Этим подразделением определяется вид задолженности [8]:

- ◆ краткосрочная (срок погашения по условиям договора не превышает 12 месяцев);
- ◆ долгосрочная (срок погашения по условиям договора превышает 12 месяцев);
- ◆ срочная (срок погашения по условиям договора не наступил или продлен в установленном порядке);
- ◆ просроченная (с истекшим по условиям договора сроком погашения).

Можно ли продолжать считать просроченную задолженность заемщика перед заимодавцем краткосрочной или долгосрочной? По мнению автора, под краткосрочной или долгосрочной задолженностью следует понимать только срочную задолженность, а просроченная задолженность не может относиться ни к той, ни к другой.

Нормами ПБУ 15/01 введены две классификации задолженности по полученным кредитам и займам:

I классификация – классификация долговых обязательств (в зависимости от установленных сроков их погашения, обусловленных соответствующими договорами) как краткосрочных и долгосрочных. Данная классификация по сравнению с прежним порядком, действовавшим до 1 января 2002 г., не изменилась.

II классификация – классификация краткосрочной и долгосрочной задолженности по займам и кредитам (в зависимости от наступления сроков погашения задолженности согласно условиям договора) как срочной и просроченной. Данная классификация является новой для системы нормативного регулирования бухгалтерского учета.

Согласно п.5 ПБУ 15/01, задолженность организации–заемщика по полученным кредитам и займам (в зависимости от сроков ее погашения согласно условиям договоров) подразделяется на [9]:

- ◆ краткосрочную задолженность, срок погашения которой не превышает 12 месяцев;
- ◆ долгосрочную задолженность со сроком погашения свыше 12 месяцев.

Как правило, задолженность считается долгосрочной, пока не истечет срок ее погашения.

Однако перевод обязательств, учтенных ранее как долгосрочные, в краткосрочные обязательства, предполагаемые к погашению в отчетном году, на основании п.52 данных Методических рекомендаций мог осуществляться только на начало отчетного года с обязательным раскрытием такой информации в пояснениях к бухгалтерскому балансу.

С 1 января 2002 г. способ учета заемных средств со сроком погашения свыше 12 месяцев становится элементом учетной политики [10].

Так, нормами ПБУ 15/01 заемщику предоставлено право переводить долгосрочную задолженность в краткосрочную или продолжать учитывать заемные средства со сроком погашения свыше 12 месяцев в составе дол-

госрочной задолженности до истечения срока займа или кредита.

Перевод долгосрочной задолженности в краткосрочную осуществляется за 365 дней до окончания срока возврата займа или кредита согласно договору.

Выбранный вариант учета заемных средств со сроком погашения свыше 12 месяцев организация–заемщик должна закрепить в приказе по учетной политике и применять в отношении всех заемных средств.

Факт представления обязательств, учтенных ранее как долгосрочные, в качестве краткосрочных целесообразно отдельно раскрывать в пояснительной записке к годовому бухгалтерскому отчету в целях обеспечения всех заинтересованных пользователей в более точной информации о состоянии кредиторской задолженности организации.

Классификация обязательств по полученным кредитам и займам как краткосрочных и долгосрочных учитывается также при отражении операций на счетах бухгалтерского учета по Плану счетов.

В соответствии с Инструкцией по применению Плана счетов бухгалтерского учета финансово–хозяйственной деятельности организаций, утвержденной приказом Минфина России от 31 октября 2000 г. № 94н, для учета расчетов с банками и другими заимодавцами по полученным от них кредитам и займам предназначены теперь два синтетических счета: счет 66 "Расчеты по краткосрочным кредитам и займам" и счет 67 "Расчеты по долгосрочным кредитам и займам" [11].

Кроме того, счета 66 и 67 применяются также для обобщения информации о займах, привлекаемых организацией путем выпуска и размещения облигаций.

Аналитический учет краткосрочных и долгосрочных кредитов и займов ведется по видам кредитов и займов, кредитным организациям и другим заимодавцам, предоставившим их.

Классификация задолженности в качестве срочной и просроченной. Для целей бухгалтерского учета как долгосрочная, так и краткосрочная задолженность по полученным кредитам и займам подразделяется также на срочную и просроченную.

Срочной задолженностью считается задолженность по полученным займам и кредитам, срок погашения которой по условиям договора не наступил или продлен (пролонгирован) в установленном порядке.

Просроченной задолженностью считается задолженность по полученным займам и кредитам с истекшим, согласно условиям договора, сроком погашения.

Пунктом 6 ПБУ 15/01 установлено, что перевод срочной задолженности в просроченную по истечении срока платежа является обязанностью организации–заемщика, т.е. осуществляется в обязательном порядке.

Такой перевод срочной краткосрочной и (или) долгосрочной задолженности по полученным займам и кредитам в просроченную производится организацией–заемщиком на следующий день после истечения установленного договором срока возврата основной суммы долга.

Для осуществления перевода срочной задолженности в просроченную необходима правильная организация аналитического учета по синтетическим счетам 66 и 67 в разрезе субсчетов "Расчеты по срочной задолженности" и "Расчеты по просроченной задолженности".

На соответствующем субсчете счета 66 или 67 просроченная задолженность должна учитываться до полного ее погашения или до списания в качестве задолженности с истекшим сроком исковой давности.

Напоминаем, что, согласно п. 8 ПБУ 9/99 "Доходы организации", суммы кредиторской задолженности, по которым истек срок исковой давности, признаются прочим доходом организации и подлежат списанию на счет.

Согласно ст. 196 ГК РФ, общий срок исковой давности составляет три года. В то же время на основании ст. 197 ГК РФ для отдельных видов требований законом могут устанавливаться специальные сроки исковой давности, сокращенные или более длительные по сравнению с общим сроком.

Порядок учета задолженности. Основная сумма долга должна учитываться заемщиком в сумме фактически поступивших денежных средств, предусмотренной договором.

В соответствии с п. 3 ПБУ 15/01 если заем получен вещами или товарами, то в этом случае задолженность учитывается в стоимостной оценке вещей (товаров), предусмотренной договором между заемщиком и заимодавцем (кредитором).

Задолженность по займу (кредиту) принимается к бухгалтерскому учету в момент фактической передачи денег или других вещей и отражается в качестве основной суммы долга в составе кредиторской задолженности заемщика.

Напомним, что, согласно ст. 807 ГК РФ, договор займа считается заключенным с момента передачи денег или других вещей.

Задолженность по полученным займам и кредитам показывается с учетом причитающихся на конец отчетного периода к уплате процентов согласно условиям договоров, что соответствует п.53 Методических рекомендаций о порядке формирования показателей бухгалтерской отчетности организации.

В момент фактического получения займа (кредита) в бухгалтерском учете организации–заемщика *должны быть сделаны следующие записи:*

Дебет 10, 41, 50, 51, 52, 55 – Кредит 66 – отражена кредиторская задолженность по краткосрочному займу (кредиту);

Дебет 10, 41, 50, 51, 52, 55 – Кредит 67 – отражена кредиторская задолженность по долгосрочному займу (кредиту).

Полное или частичное погашение суммы займа (кредита) отражается в бухгалтерском учете заемщика как погашение (уменьшение) кредиторской задолженности по счетам 66 и 67.

Во исполнение п. 6 ПБУ 4/99 "Бухгалтерская отчет–

ность организации", утвержденного приказом Минфина России от 6 июля 1999 г. № 43н, и п. 4 ПБУ 15/01 в случае невыполнения (неполного выполнения) заемщиком своих обязательств заемщик должен включить информацию о недополученных суммах в пояснительную записку к годовой бухгалтерской отчетности. Такой подход к формированию объективной и достоверной бухгалтерской информации необходим всем заинтересованным пользователям в том случае, если в счет предстоящего (неполученного или недополученного) займа (кредита) организацией были произведены определенные операции, неблагоприятно сказавшиеся на ее финансовом положении.

Сумма предоставленного займа (кредита) может быть выражена в иностранной валюте или условных денежных единицах.

Задолженность по такому займу или кредиту учитывается заемщиком в рублевой оценке по курсу ЦБ РФ, действовавшему на дату получения займа (кредита) или фактического совершения операции, включая размещение заемных обязательств. Если курс ЦБ России на эту дату отсутствует, то учет ведется по курсу, определяемому соглашением сторон.

Курсовые разницы, связанные с текущим изменением курса иностранной валюты, на основную сумму долга подлежат отнесению на счет 91 в корреспонденции с дебетом (кредитом) счетов 66 и 67 " в зависимости от положительного или отрицательного их значения.

Таким образом, в отношении самих кредитов и займов, выраженных в иностранной валюте, пересчет в рубль предусмотрен только на день совершения операции (предоставления кредита, займа, выдачи векселя, размещения облигаций).

Затраты по кредитам и займам. Согласно п. 11 ПБУ 15/01, все затраты, связанные с получением и использованием займов и кредитов, подразделяются на следующие группы:

- ◆ проценты, причитающиеся к оплате заемщикам и кредиторам по полученным от них займам и кредитам;
- ◆ проценты или дисконт по причитающимся к оплате векселям и облигациям.

Под дисконтом в данном случае понимается разница между суммой, указанной в векселе, и суммой фактически полученных денежных средств или их эквивалентов при размещении этого векселя;

- ◆ дополнительные затраты, произведенные в связи с получением заемных средств;
- ◆ курсовые и суммовые разницы, относимые на причитающиеся к оплате проценты по займам и кредитам, полученным и выраженным в иностранной валюте или условных денежных единицах.

Начисление процентов по полученным займам и кредитам организация производит в порядке, установленном

договором займа и (или) кредитным договором.

В соответствии с п. 3.9 Положения Банка России "О порядке начисления процентов по операциям, связанным с привлечением и размещением денежных средств банками, и отражения указанных операций по счетам бухгалтерского учета" от 26 июня 1998 г. № 39-П (в ред. от 24 декабря 1998 г. № 64-П) проценты начисляются, как правило, одним из четырех способов: по формуле простых процентов, сложных процентов, с использованием фиксированной либо плавающей процентной ставки в соответствии с условиями договора.

Если в договоре не указывается способ начисления процентов, то начисление процентов производится по формуле простых процентов с использованием фиксированной процентной ставки.

Заемщик производит начисление процентов в сроки, предусмотренные договором, но не реже одного раза в месяц и вне зависимости от предусмотренного договором фактического режима перечисления процентов, т.е. систематически (например, ежемесячно); одновременно с возвратом основной суммы долга; после возврата основной суммы долга и т.п.

ПБУ 15/01 предусматривает две даты пересчета в рубль процентов по заемным средствам, полученным в иностранной валюте: на день начисления процентов и на отчетную дату при составлении бухгалтерской отчетности, что соответствует п. 7 ПБУ 3/2000.

Проценты, начисленные по займам и кредитам, выраженным в иностранной валюте или условных единицах, пересчитываются в рубль по курсу ЦБ РФ на дату фактического начисления процентов по условиям договора, а при отсутствии официального курса – по курсу, определяемому по соглашению сторон.

С момента начисления процентов по условиям договора до их фактического погашения (перечисления) могут возникнуть курсовые или суммовые разницы, которые включаются в затраты, связанные с получением кредитов и займов.

При использовании заемных средств на приобретение материально-производственных запасов необходимо руководствоваться нормой п. 6 ПБУ 5/01, согласно которой проценты начисляются до принятия их на учет и включаются в фактические затраты на приобретение таких запасов с учетом суммовых разниц.

При использовании заемных средств для финансирования приобретения и (или) строительства инвестиционного актива, начисленные проценты по заемным средствам с учетом суммовых разниц (до принятия основного средства на учет) капитализируются на счете 08 согласно п. 8 ПБУ 6/01.

Согласно п. 22 ПБУ 15/01, установлено новое для системы нормативного регулирования бухгалтерского учета требование о переоценке кредитных обязательств, выраженных в условных денежных единицах.

При этом для составления бухгалтерской отчетности стоимость начисленных процентов по причитающимся к оплате займам и кредитам, выраженным в иностранной

валюте или условных денежных единицах, пересчитывается по курсу ЦБ России, действующему на отчетную дату.

В соответствии с п. 75 Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ остатки валютных средств на валютных счетах организации, другие денежные средства (включая денежные документы), краткосрочные ценные бумаги, дебиторская и кредиторская задолженность в иностранных валютах отражаются в бухгалтерской отчетности в рублях в суммах, определяемых путем пересчета иностранных валют по курсу ЦБ РФ, действующему на отчетную дату.

Согласно п. 7 ПБУ 3/2000 "Учет активов и обязательств, выраженных в иностранной валюте", утвержденному приказом Минфина РФ от 10 января 2000 г. № 2н, обязательства, выраженные в иностранной валюте, пересчитываются в рубли на дату совершения операции в иностранной валюте, а также на отчетную дату составления бухгалтерской отчетности.

Однако ни в вышеуказанных документах, ни в других положениях по бухгалтерскому учету не установлено тре-

бование переоценки активов и обязательств, выраженных в условных денежных единицах.

Пунктом 12 ПБУ 15/01 установлено, что затраты по полученным заемным средствам должны признаваться в качестве расходов в том периоде, в котором они произведены, т.е. текущими расходами.

Затраты по полученным заемным средствам включаются в текущие расходы в сумме причитающихся платежей независимо от того, когда и в какой форме фактически производятся указанные платежи.

Таким образом, порядок признания в бухгалтерском учете затрат по кредитам и займам основан на допущении временной определенности фактов хозяйственной деятельности, установленной п. 4.1 Концепции бухгалтерского учета в рыночной экономике России, одобренной Методологическим советом по бухгалтерскому учету при Минфине России и Президентским советом ИПБ 29 декабря 1997 г., п. 6 ПБУ 1/98 "Учетная политика организации", утв. приказом Минфина России от 9 декабря 1998 г. № 60н, и п. 18 ПБУ 10/99.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антипина О.В., Антипин Д.В. Концепции инновационного развития территорий и формирование национальной инновационной системы России. – Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – Москва, 2011. – № 8(31). – С. 55–57
2. Антипина О.В., Агеева Н.А. Социальные аспекты инновационного развития муниципальных образований. – Труды Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева. – Нижний Новгород, 2010. – №1 (80). – С.276 – 281.
3. Антипина О.В. Инновационная деятельность муниципальных образований. – Вестник ИрГТУ. – Иркутск, 2008. – № 4 (36). – С. 126 – 130.
4. Будаева М.С. Алгоритм создания методик расчета платежей по кредиту и лизингу, построенных на применении корректирующих коэффициентов. – Вестник Томского государственного университета. 2009. № 321. С. 128–130.
5. Бусов, В. И. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) : учеб. для бакалавров / В. И. Бусов, О. А. Землянский, А. П. Поляков ; под ред. В. И. Бусова. – М. : Юрайт, 2013. – 430 с.
6. Врублевская О.В. – Отв. ред., Романовский М.В. – Отв. ред. Финансы, денежное обращение и кредит 2-е изд. Учебник для вузов. – М.:Издательство Юрайт, 2010 г. – 714 с.
7. Нечаев А.С. Методика расчета платежей при различных формах кредитования. – Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. 2009. № 3. С. 118–132.
8. Нечаев А.С. Процесс управление российским промышленным предприятием. – Актуальные вопросы экономических наук. 2009. №5–5 С. 153–158.
9. Нечаев А.С. Анализ методик для обновления основных производственных фондов. – Вестник Иркутского государственного технического университета. 2010. Т.42. № 2 С. 85–90.
10. Нечаев А.С. Положительные и отрицательные стороны франчайзинга. – Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2010. № 22. С. 63–72.
11. Нечаев А.С. Анализ залоговых рисков и выработка рекомендаций по их минимизации. – Путеводитель предпринимателя. 2010. № VI. С. 117–129.
12. Огнев Д.В., Нечаев А.С. Факторинг: анализ ситуации. Банковское дело. 2009. № 8. С. 64–66.
13. Огнев Д.В., Нечаев А.С. Факторинг: анализ ситуации. – Банковское дело. 2009. №8. С. 164
14. Нечаев А.С. Анализ современного положения российских предприятий в угольной промышленности. – Бизнес, менеджмент и право. 2009. № 1 (18). С. 64–67.
15. Роль кредита и модернизация деятельности банков в сфере кредитования: монография / под ред. О. И. Лаврушина. – М. : КНОРУС, 2012. – 267 с.
16. Тавасиев, А. М. Банковское дело: управление кредитной организацией : учеб. пособие / А. М. Тавасиев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2011. – 639 с.
17. Управление финансами. Финансы предприятий : учебник / под ред. А. А. Володина. – 2-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 509 с.

УЧЕТ РАСЧЕТОВ С РАЗНЫМИ ДЕБИТОРАМИ И КРЕДИТОРАМИ

Жителева Елена Игоревна
Экономист,
Агентство Аналитик,
г. Хабаровск

ACCOUNTING OF SETTLEMENTS WITH DIFFERENT DEBTORS AND CREDITORS

E. Giteleva

Annotation

Payables or receivables arise when the Commission of the organization of financial and economic operations, which are connected with the movement of material resources, funds or assumption of certain liabilities. Under accounts refers to the organization's debt to other entities (organizations, entrepreneurs, workers, individuals), which is reflected in accounting as a liability of the organization. Receivables represent amounts due from other persons (organizations, entrepreneurs, workers, physical persons) of the organization, as reflected in the accounting expressed as the property of the organization, i.e. the right to receive a certain amount of money (goods, services and the like) with the debtor (article 128 of the CC RF).

Keywords: credit, debt, debt, the deal is.

Аннотация

Кредиторская или дебиторская задолженность возникает при совершении организацией финансово-хозяйственных операций, которые связаны с движением материальных ресурсов, денежных средств или принятием на себя определенных обязательств. Под кредиторской понимается задолженность организации другим лицам (организациям, предпринимателям, работникам, физическим лицам), которая отражается в бухгалтерском учете как обязательства организации. Дебиторская задолженность представляет собой задолженность других лиц (организаций, предпринимателей, работников, физических лиц) данной организации, отражение которой в учете выражено как имущество организации, то есть право на получение определенной денежной суммы (товара, услуги и тому подобного) с должника (ст. 128 ГК РФ).

Ключевые слова:

Кредит, задолженность, долг, сделка.

Антипина О.В. пишет, что на практике нередко возникают ситуации, когда задолженность предприятий по договорным обязательствам погашается несвоевременно либо не погашается совсем [1]. В этом случае вступает в действие ст. 196 ГК РФ, которая устанавливает общий срок исковой давности в три года. Следует иметь в виду, что законодательство предусматривает и специальные сроки исковой давности, как сокращенные, так и более длительные по сравнению с общим сроком (например, ст. 797 и ст. 966 ГК РФ).

Отсчет срока исковой давности начинается с момента просрочки долга, который определяется исходя из условий договора, а не с даты возникновения задолженности.

Если в договоре срок исполнения обязательств должником не оговорен, руководствуются общими правилами гражданского законодательства. Так, согласно ст. 314 ГК РФ, в случае, когда обязательство не предусматривает срок его исполнения и не содержит условий, позволяющих определить этот срок, оно должно быть исполнено в разумный срок после возникновения такого обязательства [2]. Если обязательство не исполнено в разумный срок или срок его исполнения определен моментом востребования, то должник обязан исполнить его в 7-днев-

ный срок со дня предъявления кредитором соответствующего требования. Данное положение правомочно, когда обязанность исполнения в другой срок не вытекает из закона, иных правовых актов, условий обязательства, обычаев делового оборота или существа обязательства.

Следовательно, если срок поставки, момент оплаты и аналогичные условия не определены сторонами договора, то срок исковой давности обычно исчисляется после 7 дней с момента предъявления претензий должнику.

В ситуации, когда российская организация имеет кредиторскую задолженность перед иностранным юридическим лицом за полученные и не оплаченные товары по договору купли-продажи, действует иной порядок определения срока исковой давности.

В статье Беляковой Л.Г. права и обязанности сторон по внешнеэкономическим сделкам определяются по праву страны, избранному сторонами при совершении сделки или в силу последующего соглашения (п. 1 ст. 166 Основ гражданского законодательства Союза ССР и республик от 31 мая 1991 г. № 2211-1) [3]. Поэтому сроки и порядок течения исковой давности применяют в зависимости от того, право какой страны было выбрано сторонами сделки.

При отсутствии такого соглашения применяется право страны, где учреждена, имеет место жительства или основное место деятельности сторона, являющаяся продавцом.

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

В настоящее время нередко случаи неисполнения должниками своих обязательств. За нарушение условий договоров применяются следующие меры гражданско-правовой ответственности: штрафы, пени, неустойки, проценты.

Суммы санкций, признанных должником или по которым получены решения суда об их взыскании, коммерческие организации включают в состав прочих доходов (п. 8 ПБУ 9/99) [4].

Суммы штрафов, пеней, неустоек до их получения отражаются в бухгалтерском балансе в составе дебиторской задолженности (п. 76 Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ).

Дебиторская задолженность, не погашенная своевременно и не обеспеченная соответствующими гарантиями, признается сомнительной.

Задолженность, по которой истек срок исковой давности, и другие долги, нереальные для взыскания, подлежат списанию. Для проведения списания организации необходимо провести инвентаризацию дебиторской задолженности.

Далее на основании данных инвентаризации, письменного обоснования и приказа (распоряжения) руководителя организации каждое отдельное обязательство, нереальное к взысканию, погашается за счет резерва сомнительных долгов (п. 77 Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ). Если резерв не создавался, суммы дебиторской задолженности, по которым истек срок исковой давности, и другие долги, нереальные для взыскания, включаются в расходы организации (п. 14.3 ПБУ 10/99) [5].

Списанную задолженность также необходимо отражать по дебету забалансового счета 007 "Списанная в убыток задолженность неплатежеспособных дебиторов" в течение пяти лет с момента списания. При погашении такого долга производится запись по кредиту счета 007.

Однако списание долга в убыток вследствие неплатежеспособности должника не является аннулированием задолженности. Данная задолженность отражается за бухгалтерским балансом в течение 5 лет с момента ее списания, чтобы наблюдать за возможностью ее взыскания в случае изменения имущественного положения должника.

Для обобщения информации о состоянии дебиторской задолженности, списанной в убыток, используется забалансовый счет 007. На суммы, поступившие в порядке взыскания ранее списанной в убыток задолженности, де-

буются счета учета денежных средств в корреспонденции со счетом 91 с одновременным включением их в налогооблагаемую прибыль как прочие прочие доходы. При этом на указанные суммы кредитуются счет 007.

Кроме того, п. 3 ст. 10 ГК РФ предполагается добросовестность участников гражданских правоотношений. Следовательно, доказывать наличие умысла сторон придется именно налоговому органу, а не сторонам договора.

Кредитор может обратиться в суд с иском о взыскании убытков (ст. 11 и 12 ГК РФ), а может и не обратиться (ст. 9 ГК РФ), то есть на него не возложена такая обязанность. Данная обязанность (являясь ограничением права, предусмотренного п. 1 ст. 9 ГК РФ) должна быть установлена федеральным законом, который на сегодняшний день отсутствует [6].

Как уже отмечалось, организации могут создавать резервы сомнительных долгов по расчетам с другими организациями и гражданами за продукцию (работы, услуги) с отнесением их на финансовые результаты. Величина резерва сомнительных долгов определяется отдельно по каждому из них в зависимости от финансового состояния (платежеспособности) должника и оценки вероятности погашения долга полностью или частично.

Профессор Нечаев А.С. в своей статье пишет, что согласно Инструкции по применению Плана счетов на сумму создаваемого резерва делается запись по дебету счета 91 и кредиту счета 63 "Резервы по сомнительным долгам" [7].

Ст. 65 ГК РФ установлено, что юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, по решению суда может быть признано несостоятельным (банкротом), если оно не в состоянии удовлетворить требования кредиторов.

Поскольку согласно п. 6 ст. 64 ГК РФ требования кредиторов, не удовлетворенные из-за недостаточности имущества ликвидируемого юридического лица, считаются погашенными, дебиторская задолженность поставщика в рассматриваемой ситуации признается нереальной для взыскания. Основанием для списания такой задолженности в данном случае является определение арбитражного суда о завершении конкурсного производства, в соответствии с которым в Единый государственный реестр юридических лиц вносится запись о ликвидации должника. Документом, подтверждающим ликвидацию организации-должника, может быть выписка из указанного Реестра или письмо налогового органа, где состояла на учете ликвидируемая организация.

При реорганизации предприятия-дебитора обеспечивается правопреемственность обязательств (ст. 58 ГК РФ), поэтому списание задолженности не производится.

В случае если у предприятия имеются денежные средства в кредитном учреждении, прекратившем свою деятельность, то претензии к ликвидируемой организации могут быть предъявлены только в срок, указанный

ликвидационной комиссией (п. 20 Положения ЦБ РФ от 2 апреля 1996 г. № 264 "Об отзыве лицензии на осуществление банковских операций у банков и иных кредитных организаций в Российской Федерации"). При этом если претензии предъявлены и кредитное учреждение находится в конкурсном производстве, то требования, на которые не хватило имущества должника, считаются погашенными на основании уведомления ликвидационной комиссии. Кроме того, по такому виду дебиторской задолженности НДС при ее списании не начисляется, поскольку такая операция не связана с реализацией товаров (работ, услуг).

Со вступлением в силу части второй НК РФ организации, определяющие выручку по моменту оплаты, обязаны уплатить в бюджет НДС с сумм дебиторской задолженности, возникшей в случае неисполнения покупателем встречного обязательства.

Согласно ст. 166 НК РФ общая сумма НДС при реализации товаров (работ, услуг) исчисляется по итогам каждого налогового периода применительно ко всем операциям по реализации товаров (работ, услуг), дата реализации которых относится к соответствующему налоговому периоду [8].

В соответствии со ст. 167 НК РФ дата реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг) для налогоплательщиков, утвердивших в учетной политике для целей налогообложения дату возникновения налогового обязательства по мере поступления денежных средств, определяется как день оплаты товаров (работ, услуг).

Указ № 2204, а также постановление Правительства РФ от 18 мая 1995 г. № 817 "О мерах по обеспечению правопорядка при осуществлении платежей по обязательствам за поставку товаров (выполнение работ или оказание услуг)" установили предельный срок по расчетам за поставленные по договору товары (выполненные работы, оказанные услуги) равный 3 месяцам. При этом организации обязаны списывать на убытки такую задолженность по истечении 4 месяцев со дня фактического получения предприятием-должником товаров (выполнения работ или оказания услуг) как безнадежную [9].

В соответствии с п. 3 ст. 3 ГК РФ гражданские правоотношения могут регулироваться только такими указами Президента РФ, которые не противоречат указанному Кодексу и иным законам.

Согласно п. 2 ст. 1 ГК РФ гражданские права могут быть ограничены только на основании федерального закона. Следовательно, ни на основании Указа Президента РФ, ни постановления Правительства РФ они не правомочны это сделать.

В дополнение к этому напомним, что согласно ст. 1 ГК РФ гражданское законодательство основывается на признании свободы договора, недопустимости произвольного вмешательства кого-либо в частные дела, необходимости беспрепятственного осуществления гражданских прав, их судебной защиты.

Таким образом, установленный Указом № 2204 пре-

дельный срок расчетов по договору противоречит названным положениям ст. 1 ГК РФ. Более того, данный документ нарушает ст. 2 ГК РФ, ограничивая гражданские права сторон по свободе договора, в том числе возможность устанавливать свои права и обязанности на основе договора и определять любые условия договора, не противоречащие законодательству.

И наконец, ст. 314 ГК РФ наделяет стороны договора правом самостоятельно определять сроки расчетов, тогда как Указ Президента их ограничивает.

Следовательно, в соответствии с п.5 ст.3 ГК РФ и вышеизложенным положения Указа N 2204 и постановления № 817 об ограничении срока расчетов по сделкам не могут применяться к гражданским правоотношениям как противоречащие ГК РФ.

Поэтому датой оплаты товаров (работ, услуг) для целей обложения НДС (если организация самостоятельно не спишет дебиторскую задолженность раньше истечения срока исковой давности) является день истечения такого срока, определенный в ГК РФ.

При переходе организации на метод определения выручки от реализации товаров (работ, услуг) для целей налогообложения "по отгрузке" суммы НДС по товарам (работам, услугам), отгруженным в период определения выручки "по оплате", перечисляются в бюджет по мере поступления оплаты за эти товары (работы, услуги). При этом организация должна обеспечить наличие раздельного учета таких операций согласно Приказу Минфина РФ от 9 декабря 1998 г. № 60н "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учетная политика организаций" ПБУ 1/98" и оформить такой порядок организационно-распорядительным документом руководителя организации, а при списании дебиторской задолженности начислить и уплатить в бюджет суммы НДС [10].

В случае когда организация переходит с метода "по отгрузке" на метод "по оплате", при списании дебиторской задолженности НДС не начисляется, так как уже был начислен ранее.

Списание сумм кредиторской задолженности, по которым срок исковой давности истек, производится согласно п. 78 Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ, утвержденного Приказом Минфина России от 29 июля 1998 г. № 34н, по каждому обязательству на основании данных проведенной инвентаризации, письменного обоснования и приказа (распоряжения) руководителя организации.

В бухгалтерском учете кредиторская задолженность отражается по кредиту счетов: 60; 62, 68; 69; 70; 71; 76 и др.

Суммы кредиторской задолженности, по которой истек срок исковой давности, являются прохими доходами и подлежат зачислению на счет прибылей и убытков в сумме, в которой такая задолженность была отражена в бухгалтерском учете организации (ПБУ 9/99).

В бухгалтерском учете суммы кредиторской задолженности, по которым истек срок исковой давности, отражаются по кредиту счета 91, субсч. 91–1 "Прочие доходы".

Суммы НДС, предъявленные налогоплательщику при приобретении товарно-материальных ценностей (ТМЦ), в случае их использования при реализации товаров (работ, услуг), операции по реализации которых не подлежат налогообложению в соответствии с п. 1–3 ст. 149 НК РФ, относятся на издержки производства (ст. 170 НК РФ).

Сумма полученной от покупателя предоплаты отражается по кредиту счета 62 в корреспонденции со счетами учета денежных средств.

Согласно подп. 1 п. 1 ст. 162 НК РФ суммы авансовых или иных платежей, полученных в счет предстоящих поставок материалов, включаются организацией в налоговую базу по НДС. Налогообложение в данном случае производится по расчетной ставке (п. 4 ст. 164 НК РФ). Подлежащая уплате в бюджет сумма НДС, исчисленная с полученной от покупателя предоплаты, отражается в учете по дебету счета 62 и кредиту счета 68.

Положения п. 1 ст. 162 НК РФ (налоговая база по НДС определяется с учетом сумм авансовых платежей) не применяются в отношении операций по реализации товаров, которые не подлежат налогообложению в соответствии со ст. 149 НК РФ. Поэтому с полученной от покупателя предоплаты НДС не взимается.

В налоговом учете списание безнадежной дебиторской задолженности является расходом, уменьшающим налогооблагаемую прибыль.

В соответствии с подп. 7 п. 1 ст. 265 НК РФ в состав внереализационных расходов, не связанных с производством и реализацией, включаются расходы организации, применяющей метод начисления, на формирование резервов по сомнительным долгам. Норма, содержащаяся в подп. 2 п. 2 ст. 265 НК РФ, приравнивает к внереализационным расходам убытки, полученные организацией в отчетном (налоговом) периоде. В частности, суммы безнадежных долгов, а в случае, если организация создает резерв по сомнительным долгам, суммы безнадежных долгов, не покрытые за счет средств резерва [11].

Для обоснования уменьшения налогооблагаемой прибыли безнадежность взыскания дебиторской задолженности должна быть подтверждена в надлежащем порядке. Одно из оснований признания долга нереальным к взысканию – истечение срока исковой давности.

Подтверждением безнадежности долга является не любая невозможность исполнения обязательства со стороны контрагента, а только невозможность, основанная на положениях акта государственного органа или возникшая из-за ликвидации организации. Так, если основанием для признания безнадежности взыскания является истечение срока исковой давности, то подтверждающим документом может быть определение суда, кото-

рым организации отказано в защите ее права в связи с истечением срока исковой давности.

Норма, содержащаяся в ст. 416 ГК РФ, определяет, что обязательство может быть прекращено ввиду невозможности его исполнения, если эта невозможность вызвана обстоятельством, за которое ни одна из сторон не отвечает. Например, невозможность исполнения обязательства может быть следствием гибели индивидуально-определенной вещи, неисполнимости порученной работы, смерти гражданина, участвующего в обязательстве. Согласно п. 3 ст. 401 ГК РФ, если иное не предусмотрено законом или договором, лицо, не исполнившее или ненадлежащим образом исполнившее обязательство, несет ответственность, если не докажет, что надлежащее исполнение оказалось невозможным вследствие непреодолимой силы, т.е. чрезвычайных и непредотвратимых при данных условиях обстоятельств.

Доказательством наличия таких обстоятельств являются документы, выдаваемые соответствующими компетентными органами (министерствами, ведомствами).

Потери от чрезвычайных ситуаций, а также затраты, связанные с их предотвращением или ликвидацией, включаются в состав внереализационных расходов в соответствии с подп. 6 п. 2 ст. 265 НК РФ.

Обязательство может быть прекращено полностью или частично в результате издания акта государственного органа (ст. 417 ГК РФ). Таким актом, в частности, может быть решение органов государственной власти о реквизиции имущества (ст. 242 ГК РФ). Обязательства прекращаются также при ликвидации юридического лица (ст. 419 ГК РФ).

Доказательством будет являться справка налоговых органов об исключении организации из Единого государственного реестра юридических лиц. В случае ликвидации организации требования кредиторов, не удовлетворенные из-за недостаточности имущества ликвидируемого юридического лица, считаются погашенными. В свою очередь кредиторы вынуждены признавать задолженность ликвидированной организации нереальной для взыскания.

Ликвидация организации-должника может произойти в случае ее банкротства. При этом основанием для списания дебиторской задолженности является определение арбитражного суда о завершении конкурсного производства. Аналогичным основанием для признания долга нереальным к взысканию можно считать "зависание денег" в проблемном (обанкротившемся) банке.

При реорганизации организации-должника обеспечивается правопреемственность обязательств (ст. 58 ГК РФ), поэтому списание задолженности не производится.

Документом, подтверждающим невозможность взыс-

кания долга, может являться акт судебного пристава–исполнителя, составленный в соответствии со ст. 26 Федерального закона от 21.07.97 № 119–ФЗ "Об исполнительном производстве". Акт составляется при признании невозможности исполнения судебного решения о взыскании долга и утверждается старшим судебным приставом.

Одной из причин признания невозможности исполнения судебного решения может являться препятствование (действием или бездействием) со стороны самого взыскателя. Акт судебного пристава–исполнителя составляется также и в случае, если взыскатель отказался оставить за собой имущество должника. При невозможности исполнения судебного решения данный документ не может приниматься как доказательство безнадёжности долга. Соответственно на сумму этого долга не может быть уменьшена налогооблагаемая база налога на прибыль.

НДС при списании дебиторской задолженности. У организаций, утвердивших в учетной политике для целей

налогообложения момент определения налоговой базы по НДС по мере отгрузки и предъявлении покупателю расчетных документов (по отгрузке), исчисление и уплата НДС производится в день отгрузки (передачи) товара (работ, услуг) с учетом перехода права собственности в соответствии с положениями ГК РФ. У таких организаций не возникает вопроса, когда исчислять НДС с просроченной дебиторской задолженности, так как они начислили этот налог, отгрузив товары (выполнив работы, оказав услуги).

Организации, утвердившие в учетной политике для целей налогообложения момент определения налоговой базы по мере поступления денежных средств (по оплате), исчисляют и уплачивают НДС в день оплаты отгруженных товаров (выполненных работ, оказанных услуг). Определение даты начисления и уплаты налога при неисполнении контрагентом своих обязательств до истечения срока исковой давности производится в соответствии с нормами п. 5 ст. 167 НК РФ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антипина О.В. Инновационно–инвестиционное развитие территорий в системе муниципального управления. – Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Иркутский государственный технический университет. Иркутск, 2011.
2. Антипина О.В. Инновационно–инвестиционное развитие территорий в системе муниципального управления. – Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Иркутский государственный технический университет. Иркутск, 2011.
3. Антипина О.В., Белякова Л.Г. Применение корреляционно–регрессионного анализа для исследования показателей инновационно–инвестиционного развития муниципальных образований. – Вестник ИргТУ. – Иркутск, 2011. – № 12 (59). – С. 252–255.
4. Антипина О.В. Инновационно–инвестиционное развитие муниципальных образований Иркутской области: проблемы и пути решения. – Экономика и управление. – СПб, 2011. – № 12 (74) – С. 32–36.
5. Будаева М.С. Инновационная составляющая сбалансированных показателей. – Известия Иркутской государственной экономической академии. 2008. № 2. С. 76–78.
6. Бухгалтерский учет: учебник / А.С. Бакаев – М.: "Бухгалтерский учет", 2007. – 719 с.
7. Воронина Л.И. Теория бухгалтерского учета: учеб. пособ. – М.: Эксмо, 2007 г. – 416 с.
8. Евстегнеев Е.Н. Налоги и налогообложение: Учебное пособие. – М.: ИНФРА – М, 2007 – 148 с.
9. Камышанов П.И. Практическое пособие по бухгалтерскому учету: –3–е издание перераб. и Доп.– М.: " МЕДпресс";– Элиста", 2008. – 79 с.
10. Nechaev A.S. The algorithm of a comparative estimation of the basic forms of financing. – Problems and trends of economy and management in the modern world Proceedings of the International Conference. Болгария, г. София, 2012. С. 418–424.
11. Нечаев А.С., Заиченко Я.И. Инновационная методика и алгоритм сравнительной оценки основных форм финансирования воспроизводства основного капитала. – Вестник Иркутского государственного технического университета. 2011. Т. 52. № 5. С. 177–182.
12. Нечаев А.С. Совершенствование системы финансового обеспечения инвестиционно–инновационной деятельности. – Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук. Российская академия предпринимательства. Москва, 2010.
13. Нечаев А.С. Совершенствование системы финансового обеспечения инвестиционно–инновационной деятельности. – Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. Российская академия предпринимательства. Москва, 2010.
14. Нечаев А.С. Совершенствование системы финансового обеспечения инвестиционно–инновационной деятельности. – М–во образования и науки Российской Федерации, Федеральное агентство по образованию, Ангарская гос. техническая акад. Ангарск, 2009.
15. Нечаев А.С. Финансовый анализ: учебное пособие: для студентов, обучающихся по специальностям: "Финансы и кредит", "Мировая экономика" и "Налоги и налогообложение" / А. С. Нечаев, Д. В. Огнев, А. Г. Черных ; М–во сельского хоз–ва Российской Федерации, Департамент науч.–технологической политики и образования, Федеральное гос. образовательное учреждение высш. проф. образования Иркутская гос. с.–х. акад. Иркутск, 2009.
16. Нечаев А.С. Теоретические аспекты проектного финансирования. – Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2009. № XVII. С. 88–100.

ВЕНЧУРНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ

Кадашникова Екатерина Николаевна
Бухгалтер,
ООО "Азбука бухучета",
г. Ульяновск

VENTURE FINANCING

E. Kalashnikova

Annotation

Venture capital investments – investments, usually in the form of share capital, in the fast-growing high-tech enterprises. This kind of investment is typical for commercialization of results of scientific research in science-intensive and high-tech areas where the prospects of high-tech enterprises are not guaranteed and there is a significant amount of risk for the investor. Proceeding from the above venture financing is a long-term (5–7 years) high-risk investments of private capital in the share capital of newly created small high-tech growth companies that are focused on development and production of science-intensive products, their development and expansion, with the purpose to gain profit from an increase in value of the investment. The purpose of the venture capital investors receive a high return on investment that they mostly come back in the form of a premium on investment when selling shares after several years of successful development of the company, for example, business partners, or large companies in the same industry, or on the open market of the Central Bank.

Keywords: venture financing; venture Bank; innovation; innovation; business angels; state-chasnoe partnership; venture capital; venture capital financing.

Аннотация

Венчурные инвестиции – инвестиции, как правило, в виде акционерного капитала, в быстрорастущие высокотехнологичные предприятия. Этот вид инвестирования характерен для коммерциализации результатов научных исследований в наукоемких и высокотехнологических областях, где перспективы высокотехнологичного предприятия не гарантированы и имеется значительная доля риска для инвестора. Исходя из выше сказанного венчурное финансирование – это долгосрочные (5–7 лет) высокорисковые инвестиции частного капитала в акционерный капитал вновь создаваемых малых высокотехнологичных перспективных компаний, ориентированных на разработку и производство наукоемких продуктов, для их развития и расширения, с целью получения прибыли от прироста стоимости вложенных средств. Цель венчурного капитала – получение инвесторами высокого дохода от инвестиций, которые им в большинстве своем возвращаются в виде надбавки на вложенные инвестиции при продаже доли после нескольких лет успешного развития компании, например, партнерам по бизнесу, либо крупной компании той же отрасли, либо на открытом рынке ЦБ.

Ключевые слова:

Венчурное финансирование; венчурный банк; инновации; инновационная деятельность; бизнес-ангелы; государственно-частное партнерство; венчурный капитал; венчурное финансирование.

Венчурные инвестиции могут осуществляться через венчурный банк.

Банк венчурный. Банк, создаваемый для кредитования "рисковых" проектов, например научно-технических работ с неопределенным или отдаленным по времени эффектом; кредитные ресурсы формируются в основном за счет взносов государства, а также спонсорской поддержки; при успешном завершении научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) банк получает учредительский доход, определенную долю прибыли от внедрения инноваций.

В рамках Государственно-частного партнерства сформировано 7 венчурных фондов. Общий объем этих фондов – 18,983 млрд. руб. Фонды сформированы на 10 лет. Формат фондов: Закрытый паевой инвестиционный фонд.

Антипина О.В. пишет, что доля Российской венчурной компании в каждом фонде составляет 49%. 51% сред-

ства частных инвесторов [1].

Региональные венчурные фонды.

В рамках Государственно-частного партнерства сформированы региональные венчурные фонды. Фонды сформированы на 7 лет. Формат фондов: Закрытый паевой инвестиционный фонд [2].

Структура активов Фондов: 25% – средства федерального бюджета, 25% средства бюджета региона и 50% – вложения частных инвесторов. Управляющие компании Фондов выбраны на конкурсной основе.

Венчурный капитал (*англ. Venture Capital*) – капитал инвесторов, предназначенный для финансирования новых, растущих или борющихся за место на рынке предприятий и фирм (стартапов) и поэтому сопряженный с высокой или относительно высокой степенью риска. Венчурный капитал, как правило, ассоциируется с инновационными компаниями.

Таблица 1.

Список фондов совместно с Российской венчурной компанией

Название фонда	Объем фонда	Управляющая компания
ВТБ-Фонд венчурный	3,061 млрд.руб.	ВТБ Управление активами
Биопроцесс Кэпитал Венчурс	3 млрд.руб.	Биопроцесс Кэпитал Партнерс
Максвелл Биотех	3,061 млрд. руб.	Максвелл Эссет Менеджмент
Лидер-Инновации	3 млрд.руб.	Лидер
Тамир Фишман Си Ай Джи	2 млрд.руб.	ЦентрИнвест
Новые технологии	3,061 млрд.руб.	Альянс РОСНО Управление Активами
С-Групп Венчурс	1,8 млрд.руб.	Север Эссет Менеджмент

Таблица 2.

Список сформированных фондов

Название фонда	Объем фонда	Управляющая компания
2-й венчурный фонд Москвы	800 млн. руб.	ВТБ Управление активами
Венчурный фонд Волгоградской области	280 млн. руб.	Ай-Мэн Кэпитал
Венчурный фонд Воронежской области	280 млн. руб.	Сбережения и инвестиции
Венчурный фонд Калужской области	280 млн. руб.	Пиоглобал Эссет Менеджмент
Венчурный фонд Краснодарского края	800 млн. руб.	Ай-Мэн Кэпитал
Венчурный фонд Красноярского края	120 млн. руб.	Тройка Диалог
Венчурный фонд Москвы	800 млн. руб.	Альянс РОСНО Управление Активами
Венчурный фонд Московской области	280 млн. руб.	Тройка Диалог
Венчурный фонд Нижегородской области	280 млн. руб.	ВТБ Управление активами
Венчурный фонд Пермского края	200 млн. руб.	Альянс РОСНО Управление Активами
Венчурный фонд Республики Мордовия	280 млн. руб.	Альянс РОСНО Управление Активами
Венчурный фонд Республики Татарстан	800 млн. руб.	Тройка Диалог
Венчурный фонд Республики Татарстан (высоких технологий)	300 млн. руб.	АК Барс Капитал
Венчурный фонд Санкт-Петербурга	400 млн. руб.	ВТБ Управление активами
Венчурный фонд Самарской области	280 млн. руб.	Инвест-менеджмент
Венчурный фонд Саратовской области	280 млн. руб.	ВТБ Управление активами
Венчурный фонд Свердловской области	280 млн. руб.	Ермак
Венчурный фонд Томской области	120 млн. руб.	Мономах
Венчурный фонд Тюменской области	280 млн. руб.	Пиоглобал Эссет Менеджмент
Венчурный фонд Чувашской Республики	280 млн. руб.	НИК Развитие

Типы венчурного финансирования [3].

Пакеты венчурного финансирования могут быть различного типа:

1. обычные акции;
2. привилегированные акции;
3. кредит.

Характерные черты венчурного капитала [4].

1. Финансирование предоставляется новым или существующим фирмам, обладающим потенциалом.
2. Предоставляется венчурным предприятиям и предприятиям, создающим новые ниши на рынке, т.к. у них нет обеспечения, истории и доходов, позволяющих получить кредит.
3. Опыт менеджеров – главный критерий при оценке перспектив вероятности получения финансирования.
4. Предприниматель передает некоторую часть собственности и контроля над бизнесом инвестору.
5. Инвестиции, требующие высоких прибылей, структурируются так, чтобы возврат на них был осуществлен в течение 3–7 лет.
6. Став ликвидной – через IPO, продажу бизнеса и т.п. – фирма переходит на другие источники финансирования.
7. Венчурные капиталисты ожидают получить 20–50% годовой прибыли на свои инвестиции к моменту ликвидации фирмы.
8. Типичный размер инвестиций от \$ 500 тыс. до \$ 5 млн.

Венчурное предприятие (англ. *venture company*) – предприятие малого бизнеса, занимающееся опытно-конструкторскими разработками или другими наукоемкими работами, благодаря которым осуществляются рискованные проекты. Венчур бывает внешним и внутренним. Внутренний венчур организуется самими авторами идеи и венчурным предпринимателем. Внешний венчур занимается привлечением средств для осуществления рискованных проектов через пенсионные фонды, средства страховых компаний, накопления населения, средства государства и других инвесторов.

Российская венчурная компания. ОАО "Российская венчурная компания" (ОАО "РВК") – институт развития созданный в соответствии с Распоряжением Правительства РФ от 7 июня 2006 года с целью стимулирования создания в России собственной индустрии венчурного инвестирования, развития инновационных отраслей экономики и продвижения на международный рынок российских наукоемких технологических продуктов.

Уставный капитал ОАО "РВК" в настоящее время составляет 28 225 879 400 рублей.

Основными целями деятельности ОАО "РВК" являются: стимулирование создания в России собственной ин-

дустрии венчурного инвестирования и значительное увеличение финансовых ресурсов венчурных фондов.

РВК вкладывает средства через частные венчурные фонды, предоставляя каждому из них 49% от их инвестиционных ресурсов. Остальные 51% управляющая компания привлекает у частных инвесторов. Число венчурных фондов, сформированных РВК, достигло шести при их общем объеме 17,183 млрд. рублей. 100% РВК принадлежит Федеральному агентству по управлению федеральным имуществом (Росимущество) [5].

Развитие Силиконовой долины. Во время 60–х и 70–х гг. XX в. венчурные фирмы сфокусировали свои инвестиции главным образом на компаниях, которые находятся на начальной стадии развития или на стадии расширения. Как правило, эти компании использовали достижения в электронных и информационных технологиях, а также в технологиях в области медицины. В результате, венчурное финансирование стало синонимом финансирования технологий. В 1974 году венчурные фирмы пережили временный спад из-за того, что рухнула фондовая биржа, и, естественно, инвесторы настороженно относились к этому новому типу инвестиционного фонда. Показатели 1978 года стали рекордно высокими для венчурного капитала. Доходы этой индустрии в 1978 году составил 750 миллионов долларов.

В 1980 законодательство позволило пенсионным фондам инвестировать в альтернативные виды капиталов, такие как стартапы. В 1983 году произошел бум – американский фондовый рынок резко увеличился, а число первичных размещений акций на бирже впервые за всю историю Соединенных Штатов превысило 100. В этом же году была основана большая часть крупнейших и самых успешных фирм, функционирующих сегодня. XX века в связи с большим количеством первичных размещений акций, а также неопытности многих менеджеров венчурных фондов, возврат от венчурного капитала был очень низким. Венчурные фирмы сокращали издержки, усердно работая, для того, чтобы сделать свои портфельные компании успешными [6].

В конце 90–х произошел бум всемирно известных венчурных фирм, находящихся на Сэнд Хилл Роуд – в Менло-Парк, Калифорния. Было проведено огромное количество крупных IPO, и решающим фактором для получения выгод от этих IPO был доступ к "дружественным и семейным" акциям. На этой стадии у обычных инвесторов не было бы никаких шансов инвестировать капитал по цене исполнения опциона Обвал на американской фондовой бирже NASDAQ, а также резкий спад в сфере технологий, начавшийся в марте 2000 года, всколыхнули некоторые венчурные фонды из-за губительных потерь от переоцененных и недоходных "стартапов" – недавно открывшихся компаний. К 2003 году многие фирмы были вынуждены "списать" компании, в которые они инвест-

тировали несколькими годами ранее, в связи с чем многие фонды оказались "под водой" (рыночная стоимость их портфельных компаний была ниже инвестированной стоимости) [7]. Венчурные инвесторы начали искать пути снижения высокого уровня обязательств, которые они давали венчурным фондам. К середине 2003 года венчурная индустрия сократилась примерно до 50 % ее современных размеров. Тем не менее, ежеквартальный обзор венчурных инвестиций MoneyTree Survey, осуществляемый компанией PricewaterhouseCoopers, показывает, что общая сумма венчурных инвестиций остается на одном уровне с 2003 года до второго квартала 2005 года [8]. Оживление деятельности Интернет компаний (произошедшее благодаря таким сделкам, как приобретение компанией eBay ip-телефонной сети Skype, приобретение веб-сайта MySpace компанией News Corporation, а также очень успешное IPO компании Google) помогло возродить венчурную индустрию.

Профессор Нечаев А.С. в своих статьях пишет о венчурном финансировании различных стадий развития компании.

Финансирование ранних стадий.

Предпосевная. Небольшие суммы выделяются изобретателю или предпринимателю для обоснования своей концепции потенциальной доходности бизнеса, который находится в стадии разработки.

Посевная. Финансирование предоставляется для завершения разработки продукта и начального маркетинга. Как правило, на данной стадии своего развития компания имеет: команду ключевого менеджмента, подготовленный бизнес-план, проведенные первоначальные маркетинговые исследования.

Первая. Финансирование предоставляется для начала производства в коммерческом масштабе и продаж, а также компаниям, израсходовавшим свой первоначальный капитал и нуждающимся в следующем раунде финансирования, для того чтобы начать коммерческий выпуск продукции и ее продажи [9].

Финансирование стадий роста и расширения.

Вторая. Предоставляется оборотный капитал для поддержания растущих счетов и создания запасов прогрессирующим компаниям, не вышедшим на рентабельную деятельность.

Третья. Предоставляются денежные средства на значительное расширение производства, маркетинг, пополнение оборотного капитала или для разработки усовершенствованного продукта, внедрения новых технологий или для увеличения ассортимента компании, ставшей

рентабельной.

Поздняя. Предоставляются денежные средства фирме, готовящейся продавать свои акции на бирже в ближайшие 6–12 месяцев. Могут быть задействованы механизмы реструктуризации основных акционерных позиций путем проведения вторичных сделок. Это делается в том случае, когда "ранние" инвесторы хотят продать часть своих акций или совсем выйти из проекта. Промежуточное финансирование также используется при смене менеджмента компании, для того чтобы контрольный пакет акций был куплен до того, как компания выпустит свои акции на рынок.

Прокопьева А.В. в своей статье рассматривает теоретический аспект венчурного финансирования [10].

Распределение ролей в венчурной фирме. Главные партнеры венчурной фирмы (которых также называют венчурными капиталистами) являются руководителями, другими словами, они – профессионалы инвестиционного бизнеса. Их карьерный опыт может варьироваться, но в большинстве своем эти партнеры являлись генеральными директорами в компаниях подобных тем, которые финансирует их партнерство. Инвесторов венчурных фондов называют партнерами с ограниченной ответственностью. Эта группа инвесторов состоит из очень состоятельных лиц и институтов, обладающих крупными суммами наличного капитала, таких как государственные и частные пенсионные фонды, университетские финансовые фонды, страховые компании, и из посредников объединенных инвестиций. Другие посты в венчурной фирме представлены венчурными партнерами и временно-участвующими предпринимателями (ВУП). Венчурные партнеры предлагают сделки и получают прибыль только с тех сделок, над которыми они работают (в отличие от главных партнеров, которые получают прибыль со всех сделок).

Структура фондов. Большинство венчурных фондов существуют 10 лет. Эту модель впервые успешно применили фонды Силиконовой долины в 1980-х гг. для обширного инвестирования в технологические тенденции, но только в период доминирования, с целью снижения подверженности управленческому и маркетинговому рискам любой частной фирмы или ее продукции. В таком фонде инвестор имеет определенные обязательства перед этим фондом, которые венчурные капиталисты со временем "начинают проклипать", пока фонд осуществляет инвестиции [11].

Объекты инвестиций. Венчурные капиталисты могут быть универсальными или узкоспециализированными инвесторами в зависимости от своей инвестиционной стратегии. Универсальными инвесторами называются венчурные капиталисты, инвестирующие в различные отрасли промышленности, или в компании, в различных

географических местоположениях, или в различные стадии жизненного цикла компании. В качестве альтернативы, инвесторы могут специализироваться в одной или двух отраслях промышленности или инвестировать только в компании на определенной географической территории. Не все венчурные капиталисты инвестируют в "стартапы". В отличие от венчурных фирм, которые инвестируют только в компании на ранних стадиях, венчурные капиталисты вдобавок к этому инвестируют в компании на различных стадиях делового жизненного цикла. Венчурный капиталист может инвестировать, прежде чем появится реальный продукт или прежде чем компания будет организована (так называемое "посевное инвестирование"), или может предоставить капитал, чтобы "запустить" компанию на первой или второй стадии развития, которое также называют "ранним инвестированием". Венчурный капиталист также может обеспечить необходимое финансирование, чтобы помочь компании перерасти критическую финансовую массу и стать более успешной ("финансирование на стадии расширения"). Венчурный капиталист может инвестировать средства в течение всего жизненного цикла компании, и поэтому некоторые фонды фокусируются на инвестировании в компании на более поздних стадиях, оказывая финансовую помощь для того, чтобы компания переросла "критическую массу" и привлекла общественность к финансированию через приобретение акций на бирже. В качестве альтернативы, венчурный капиталист может помочь в слиянии и поглощении другой компанией, обеспечивая ликвидность и выход учредителям компании. Некоторые венчурные фонды, напротив, специализируются на поглощении, реформировании или рекапитализации акционерных компаний открытого и закрытого типа, являющихся привлекательными для инвесторов. Существуют различные венчурные фонды: те, которые широко диверсифицируются и инвестируют в компании в различных отраслях промышленности, начиная с полупроводников, программного обеспечения, и кончая розничной торговлей и ресторанным бизнесом, и те, которые специализируются только лишь в одной технологии. Пока инвестиции в высокие технологии составляют большую часть венчурного инвестирования США в связи, с чем венчурная индустрия привлекает к себе много внимания. Венчурные капиталисты также инвестируют в компании, работающие в сфере строительства, промышленного производства, бизнес услуг и т. д. Некоторые фирмы специализируются на инвестициях в розничные компании, другие фокусируются на инвестициях только лишь в "социально ответственные" стартовые предприятия. Венчурные фирмы бывают различных размеров, от небольших компаний, специализирующихся на семенном финансировании с оборотом в несколько миллионов долларов, до крупных фирм с оборотом инвестируемого по всему миру капитала более миллиарда долларов. Общим знаменателем во всех этих видах венчурного инвестирования является то, что венчурные капиталисты – это не пассивные инвесторы. Они проявляют активный и надлежащий интерес к

консультированию, руководству и развитию компаний, в которые они инвестировали. Они хотят увеличить стоимость за счет своего опыта в инвестировании в десятки и сотни компаний. Некоторые венчурные фирмы успешно создают синергетический эффект между различными компаниями, в которые они инвестировали. Например, одна компания, у которой есть отличная программа, но нет нормальной дистрибьютерской технологии, может быть скооперирована с другой компанией или ее руководством в венчурном портфеле, которая обладает лучшими дистрибьютерскими технологиями.

Оплата труда. В обычном венчурном фонде главные партнеры получают ежегодные выплаты в размере 2 % от вложенного в фонд капитала и 20 % от чистой прибыли со всех проданных активов при выходе из фонда (так называемое соглашение "два и двадцать", сопоставимое с другими выплатами в большинстве хеджевых фондов) [12]. В связи с тем, что у фондов может закончиться капитал еще до конца своего существования, крупные венчурные капиталисты вкладывают деньги в несколько фондов одновременно, что позволяет более крупной фирме сохранить специалистов на всех стадиях развития фирм и почти постоянно функционировать. Небольшие фирмы обычно процветают и терпят крах вместе со своими первоначальными промышленными контрагентами. К тому времени как фонды уходят из бизнеса появляется совершенно новое поколение технологий и людей, которых генеральные партнеры могут не знать в достаточной степени, и поэтому разумнее осуществить переоценку и поменять отрасли промышленности или персонал, чем пытаться инвестировать больше в индустрию и людей, с которыми партнеры уже знакомы.

Мобилизация венчурного капитала. Венчурный капитал не подходит всем предпринимателям. Венчурные капиталисты обычно очень тщательно выбирают, во что вкладывать: по эмпирическому правилу, фонд может инвестировать всего лишь в одну из четырех сотен представленных ему возможностей. Фонды больше всего заинтересованы в рискованных предприятиях, обладающих высоким потенциалом роста, так как только такие возможности вероятнее всего обеспечат финансовый возврат, и успешный выход в течение необходимого периода времени (как правило, 3–7 лет), ожидаемого венчурными капиталистами. Потребность в высоких доходах превращает венчурное финансирование в дорогостоящий источник капитала для компаний, и самый подходящий для предприятий, которым необходим огромный стартовый капитал, и которые нельзя профинансировать более дешевыми методами, таким как долговое финансирование. Наиболее часто это происходит с нематериальными активами, такими как программное обеспечение и другие виды интеллектуальной собственности, ценность которых еще не проверена. В свою очередь это объясняет, почему венчурный капитал больше всего превалирует в быстро развивающихся технологических отраслях, а также в

биотехнологических отраслях. Если у компании имеются те качества, которые необходимы венчурным капиталистам, такие как отличный бизнес-план, хорошая команда менеджеров, инвестиции и энтузиазм учредителей, хороший потенциал для выхода из инвестиционного проекта до окончания финансового цикла, ожидаемый уровень возврата не менее 40 % в год, то ей будет проще мобилизовать венчурный капитал.

Альтернативы венчурному капиталу. Из-за жестких требований к потенциальным инвестициям венчурных капиталистов многие предприниматели ищут источники начального финансирования со стороны бизнес-ангелов, у которых будет больше желание инвестировать в рискованные и вместе с тем перспективные проекты, или у которых ранее сложились хорошие отношения с данным предпринимателем. Более того, многие венчурные фирмы всерьез будут расценивать осуществление инвестиций в неизвестные им стартовые компании, только при условии, что последние смогут доказать хотя бы некоторые преимущества своей технологии, товара или услуги над другими аналогами. Для того чтобы этого добиться, или даже для того, чтобы избежать разводящего эффекта от получения финансовых ресурсов до доказательства этих преимуществ, многие стартовые компании начинают искать способы самофинансирования. Они это делают до того момента, пока они не смогут обратиться к внешним инвесторам, таким как венчурные капиталисты или бизнес-ангелы, и пока не будут иметь за спиной более высокий уровень доверия. Эта практика называется самообеспечением. Со времен бума Интернет компаний и до сих пор идут споры о том, что образовался разрыв между инвестициями со стороны друзей и семьи, которые обычно варьируются от 0 до 250 тыс. долларов, и суммами, которые предпочитают вкладывать большинство венчурных фондов – 2–5 млн долларов. Этот финансовый разрыв усиливается, так как некоторые успешные венчурные фонды уже привыкли вкладывать крупные суммы денег и поэтому ждут от компаний-реципиентов большей активности в поиске инвестиционных возможностей. Этот "разрыв" часто заполняется бизнес-ангелами. По оценкам Национальной Ассоциации Венчурного Капитала, последние сейчас инвестируют в США более 30 млрд долларов в год. Для сравнения, организации венчурного финансирования вкладывают 20 млрд долларов в год. Компании, работающие в тех сферах, где активы можно эффективно секьюритизировать, потому что они надежно генерируют будущие потоки денежных доходов или имеют хороший потенциал для перепродажи в случае потери права выкупа, могут брать займы для финансирования своего роста под меньшие проценты. Хорошим примером служат капиталоемкие отрасли, такие как добывающая и обрабатывающая. Оффшорное финансирование осуществляется через специальные венчурные трасты, которые пытаются применять секьюритизацию в структурировании гибридных мульти-рыночных сделок через специализированные подразделения предприятия – от-

делы корпорации, созданные специально с целью финансирования.

Географические различия. Американские фирмы традиционно являются крупнейшими участниками в венчурных сделках, но доля неамериканских венчурных инвестиций постепенно увеличивается.

США и Канада. Согласно обзору "МаниТри Сервэй" опубликованному компанией PricewaterhouseCoopers и Национальной Ассоциацией Венчурного Капитала на основе данных, приведенных в журнале Thomson Financial, венчурные капиталисты вложили около 6.2 миллиарда в 797 сделках в США за третью четверть 2006 года. В последнем исследовании Национальной Ассоциации Венчурного Капитала говорится, что большая часть венчурных капиталистов (69 %) прогнозирует рост венчурных инвестиций в США до 20–29 миллиардов долларов. Канадские компании часто связаны с американскими фирмами, но они основали и много независимых венчурных фондов.

Европа. В Европе существует огромное количество действующих венчурных фирм. В 2005 году в этом регионе было мобилизовано более 60 миллиардов евро, включая расходы на выкупы контрольных пакетов компаний, 12,6 миллиардов из которых были направлены на венчурные инвестиции.

Индия. Инвестиции венчурного капитала в Индийскую промышленность в первой половине 2006 года составили 3 миллиарда долларов, а к концу года возросли до 6.5 миллиарда долларов.

Китай. В Китае венчурное финансирование увеличилось более чем в два раза с 420 миллионов долларов в 2002 году, до 1 миллиарда в 2003 году. В первой половине 2004 года венчурные инвестиции выросли на 32 % по сравнению с 2003 годом. В связи с серией успешных IPO на бирже NASDAQ, а также с улучшением законодательства, к 2005 году в фондах ориентированных на инвестиции в Китае было мобилизовано 4 миллиарда долларов США.

Критерии отбора проектов венчурными инвесторами. Венчурные инвесторы вкладывают свой капитал в предприятие, не получая никаких гарантий. Поэтому естественно, что они исследуют производимые или запланированные товары или услуги и потенциальные рынки их реализации с чрезвычайной тщательностью. Они вкладывают капитал только тогда, когда поверят и убедятся, что предприятие может быстро увеличивать продажи и производить существенную прибыль. Это и должен доказать бизнес-план. Вложение венчурного капитала – это рискованное для инвестора мероприятие еще и потому, что очень трудно оценить будущую стоимость предприятия на самой ранней стадии. Поэтому большинство венчурных инвесторов устанавливает строгие требования к форме и содержанию запроса на инвестирование и бизнес-плана, компетентности руководящих кадров, а также хочет

найти в проекте что-то особенное, что сделало бы этот проект привлекательным и для него. Проект должен быть выгодным не только заявителю, но и инвестору. Инвесторы также используют строгие оценочные и проверочные процедуры, чтобы уменьшить риски, так как их инвестиции не защищены в случае неудачи предприятия.

В соответствии с разделением финансирования на традиционное и венчурное среди так называемых заинтересованных лиц (покупающих акции компании) различают стратегических и финансовых инвесторов.

Стратегические инвесторы стремятся к росту рентабельности своего основного вида деятельности и инвестируют обычно в компании из смежных отраслей, приобретая крупный пакет акций. Стратегические инвесторы заинтересованы в полном контроле или по крайней мере в контроле основных решений. Как правило, они относятся к той же сфере бизнеса и активно участвуют в текущем управлении компанией. Стратегические инвесторы нацелены на реализацию определенной стратегии – рост продаж, лидерство на рынке, снижение затрат, высокие дивиденды и т.д.

Финансовые (венчурные) инвесторы стремятся к максимизации стоимости бизнеса и собственного дохода за счет своевременного выхода из проекта. Они приобретают небольшой, обычно блокирующий пакет акций, выбирая небольшую динамичную компанию, акции которой пока не котируются на рынке, с целью продажи своего пакета акций через 4–6 лет с высокой доходностью. Участие их в управлении ограничено. Оно осуществляется на уровне совета директоров и собрания акционеров и сводится к отслеживанию принятия решений. Кроме приобретения акций существуют также и другие схемы венчурного финансирования, сочетающие акционерный, ссудный и предпринимательский капитал.

Объекты венчурного финансирования – это небольшие инновационные фирмы с хорошим менеджментом (сложившимся коллективом), высоким потенциалом роста объемов продаж, отсутствием сильных конкурентов в данном сегменте рынка.

Однако чаще всего пакет венчурного финансиста продается или стратегическому инвестору, или иным владельцам компании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антипина О.В. Концепции инновационного развития территорий и формирование национальной инновационной системы России. – Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – Москва, 2011. – № 8(31). – С. – 55–57
2. Антипина О.В. Социальные аспекты инновационного развития муниципальных образований. – Труды Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева. – Нижний Новгород, 2010. – №1 (80). – С.276 – 281.
3. Антипина О.В. Инновационная деятельность муниципальных образований. – Вестник ИрГТУ. – Иркутск, 2008. – № 4 (36).– С. 126 – 130.
4. Будаева М.С. Формы и источники финансирования инноваций. – Путеводитель предпринимателя. 2010. № VI. С. 29–39.
5. Мингалиев К.Н., Булава И.В., Батьковский М.А. Анализ и прогнозирование развития предприятия в условиях рынка // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 1. – стр.12–21.
6. Nechaev A.S., Antipina O.V Innovative development of territories: domestic and foreign practice. – Сборник материалов международной научной конференции, под ред. доц. П.Г. Исаевой. Austria, Salzburg, 2013. С. 184–191.
7. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Оценка финансового состояния корпорации // Вестник Финансового университета. – 2011. – №1. – стр. 22–28.
8. Нечаев А.С. Современные подходы к формированию инновационной макрологистической системы. – Вестник стипендиатов ДААД. 2012. № 1 (9). С. 70–77.
9. Нечаев А.С. Современные подходы к формированию инновационной макрологистической системы. – Монография / А. С. Нечаев, А. В. Рябенкова; М-во образования и науки РФ, Иркутский гос. технический ун-т. Иркутск, 2011.
10. Нечаев А.С., Гаврилова Ж.Л. Динамика инновационного развития экономики. 2011. № 27. С. 69–78.
11. Нечаев А.С. Существующая концепция инновационной деятельности Иркутской области на 2004–2009 годы. – Бизнес, менеджмент и право. 2009. № 2 (19). С. 062–066.
12. Нечаев А.С., Гаврилов Ж.Л. Финансы предприятия как основа возрождения инноваций. – Путеводитель предпринимателя. 2011. № 10. С. 200–207.
13. Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Априорная оценка последствий финансовых решений, принимаемых при планировании деятельности компании // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – Серия: Экономика и право. – 2011. – № 2. – стр. 65–68.
14. Прокопьева А.В. Обоснование единой классификации инновационных рисков. – Вестник Иркутского государственного технического университета. 2012. Т. 64. № 5. С. 236–239.
15. Прокопьева А.В. Существование инновационного риска в деятельности хозяйствующего субъекта. – Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2012. №3. С. 12.
16. Прокопьева А.В. Анализ эффективности инновационной деятельности. – Актуальные вопросы экономических наук. 2012. №25–1. С. 160–164.

ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ УЧЕТА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ЗАРУБЕЖОМ

THE HISTORICAL DEVELOPMENT BACKGROUND OF ACCOUNTING FINANCIAL RESULTS IN FOREIGN COUNTRIES

A. Voronkov

Annotation

Accounting for financial results emerged when the first trading around 3600 BC. In the ancient world there were systematic and chronological registration, inventory, the first adder, periodic public reporting. All this things laid the foundation for the subsequent development of accounting for financial results. In the Middle Ages the paradigm of a desk and simple accounting was formed, thereby complicating accounting, comparing cash receipts and payments (cash basis). In the second half of XIX century there were various theories accounting for financial results, allowing to reinterpret the meaning of a particular information rate. Further development of accounting thought has led to the emergence of the so-called management accounting with its independent information base.

Keywords: financial results account balance registration capital.

Воронков Алексей Викторович

Аспирант кафедры бухгалтерского учета
и аудита, Воронежский Государственный
Аграрный университет
им. императора Петра Великого

Аннотация

Учет финансовых результатов возник с появлением первых торговых операций около 3600 г. до н. э. В Древнем мире появились систематическая и хронологическая регистрация, инвентаризация, первый счетный прибор, периодическая публичная отчетность. Все это заложило основы для последующего развития учета финансовых результатов. В Средневековье формируются парадигмы камеральной и простой бухгалтерии, что способствует усложнению учета, сопоставлению денежных поступлений и платежей (кассовый метод учета). Во второй половине XIX в. возникают различные теории в учете финансовых результатов, позволяющие по-новому истолковать значение того или иного информационного показателя. Дальнейшее развитие учетной мысли привело к возникновению так называемого управленческого учета со своей самостоятельной информационной базой.

Ключевые слова:

Финансовые результаты счет баланс регистрация капитал.

Первые торговые операции были зарегистрированы в Шумере на камнях около 3600 г. до н. э. [2]. Примерно с 3200 г. до н. э. в Шумере появилось счетоводство на глиняных табличках. Данное обстоятельство предопределяло систематическую регистрацию в учете, и как следствие, выделение в последующем специальных счетов для отражения капитала и финансовых результатов.

Папирусы Древнего Египта способствовали развитию хронологической регистрации, что создало возможность более точно отражать доходы и расходы и сопоставлять их между собой за отчетный период. Первые инвентаризационные описи также появились в Египте, где каждые два года проводилась инвентаризация всего движимого и недвижимого имущества (дискретная инвентаризация). Инвентаризация позволяла проверить данные бухгалтерского учета; отклонения списать в доходы или расходы. Таким образом, бухгалтерский учет финансовых результатов точнее отражал факты хозяйственной жизни.

В Древней Греции существовала периодическая публичная отчетность. Греция стала родиной первого счетного прибора – аббака, здесь впервые появляются деньги в виде монеты [1]. Это явление было одним из существенных скачков в развитии бухгалтерского учета финансовых результатов.

В.Я. Соколов в своей книге "История бухгалтерского

учета" отмечает, что учет Древнего мира – это учет фактов, и в целом он статичен. В его основе лежат инвентаризация и прямая регистрация имущества [2].

В Средневековье формируются две основные парадигмы учета – камеральная и простая бухгалтерия. Основным объектом учета камеральной бухгалтерии является касса, ожидаемые поступления и выплаты. Простая бухгалтерия предполагала учет имущества, включая кассу, а доходы и расходы становились для бухгалтера искомыми. С развитием товарного хозяйства на первое место выдвигается учет денежной наличности и денежных обязательств (векселей, чеков). В это время финансовый результат был неразрывно связан с поступлением денежных средств, т. е. господствовал кассовый метод учета.

До эпохи Нового времени счета велись в первичном измерителе, т.е. материальные ценности – в натуральных единицах; расчеты, касса – в денежных [1]. Таким образом, нельзя было свести воедино все счета бухгалтерского учета и вывести общий финансовый результат.

В. Швайкер сформулировал цель бухгалтерского учета как определение и исчисление прибыли. Помимо этой частной цели он определял цель и в более широком плане: превращение беспорядка в порядок, или, точнее, принятие порядка в беспорядок [2].

Х. Хагер выдвигал следующие мысли об оперативном исчислении финансовых результатов: "Бухгалтерский

учет, – писал он, – есть искусное, красивое, тщательно дифференцированное, обоснованное описание всех расходов и доходов, а также расчетов с кредиторами и дебиторами, он ведется для того, чтобы в каждый момент знать, каждый час или в каждую минуту видеть положение дел, находятся ли они в прогрессе или регрессе, иначе говоря, в выигрыше или проигрыше собственник" [4].

В Северной Италии около 1250–1350 гг. появляется система Двойной записи [4]. Суть Двойной записи (двойной бухгалтерии) – введение в простую бухгалтерию счета собственных средств. В результате все факты хозяйственной жизни дважды отражаются в учете. В это же время в Главной книге появляются и результативные счета, которые отражают результат от совершенных операций. Результативные счета позволили сделать существенный скачок в развитии финансовых результатов, так как на одном и том же счете сопоставлялись доходы и расходы от определенного вида деятельности и определялась прибыль (убыток) от данной деятельности. Это сделало учет финансовых результатов более наглядным.

Понятия "чистая прибыль", "оборотные и внеоборотные активы", "амортизация" и т.д. в бухгалтерском учете, соответствующие им счета начали появляться лишь во второй половине XIX века. Наряду с этим прибыль от торговой деятельности была отделена от прибыли по валютным (банковским) операциям. Отдельно стали отражаться и издержки, общие для всех видов деятельности, что свидетельствует об усложнении учета финансовых результатов.

Большинство авторов того времени трактовали баланс как документ, определяющий финансовый результат, – "прежде чем заключить счет балансом (сальдо), – писал де ла Порт, – следует выяснить, что этот счет принес – прибыль или убыток. Если счет показывает прибыль, мы должны его на эту прибыль утяжелить, а если на счете убыток, нам следует признать его за убыток, лишь после этого остаток переносится на счет Баланс или только как процедуру, связанную с подытоживанием оборотов Главной книги" [3].

И. Шер считал, что динамика предприятия выражается двумя уравнениями:

$$A - П = K + Пp - У \quad (3)$$

$$A - П - K = Пp - У \quad (4)$$

где: *A* – активы предприятия;

П – пассивы предприятия;

Пp – прибыль; *У* – убыток.

Данные уравнения Шера, учитывающие финансовый результат, легли в основу так называемой динамической теории баланса. Это явилось значимым событием в истории развития учета финансовых результатов, так как заложило основу для развития трактовки баланса предприятия не как статической системы, а как динамической.

Представители итальянской школы полагали, что величина прибыли определяется согласно заповедям (установкам) собственника, французская школа исходила из того, что прибылью могут считаться только денежные поступления: "Нет денег – нет прибыли". Итальянская школа предполагала, что раз товары отгружены, то у покупателя возникло обязательство, а у продавца – право на причитающиеся деньги, и, следовательно, продавец может с названного момента считать прибыль полученной. Далее, выявленный излишек товаров нельзя отнести на счет прибылей, так как эти товары в дальнейшем вообще могут быть не проданы и тогда возникнут убытки [3].

В 1854г. в Эдинбурге было организовано Общество бухгалтеров. В 1880г. с одобрения королевы Виктории был создан институт присяжных бухгалтеров Англии и Шотландии [4]. С этого времени начинается активный международный обмен бухгалтерской мыслью и активное совместное обсуждение единых унифицированных правил ведения бухгалтерского учета и, как составной его части, учета финансовых результатов.

В ходе данного обсуждения был принят основной Международный стандарт финансовой отчетности, который определяет учет финансовых результатов – МСФО (IAS) 18 "Выручка". Данный стандарт вступил в силу с 1 января 1995 г. Кроме него, в разное время были приняты другие международные стандарты, которые, так или иначе, затрагивают учет финансовых результатов в специфических случаях – МСФО (IAS) 11 "Договоры на строительство", МСФО (IAS) 17 "Аренда", МСФО (IFRS) 4 "Договоры страхования", МСФО (IAS) 39 "Финансовые инструменты: признание и оценка".

Как видим, бухгалтерский учет финансовых результатов прошел в своем развитии от записей инвентаря на глиняных табличках до принятия МСФО, посвященных отдельным, специфическим вопросам их учета, и при этом он продолжает развиваться.

ЛИТЕРАТУРА

1. Никонова И. Ю. Исторические этапы учета финансовых результатов / И. Ю. Никонова // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2011. – №6. – с. 121–123
2. Соколов Я. В. Бухгалтерский учет от истоков до наших дней: Учебное пособие для вузов. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1996. – 638 с.
3. Соколов Я. В., Соколов В. Я. История бухгалтерского учета: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 272 с: ил.
4. Цыганков К. Ю. Очерки истории бухгалтерского учета: происхождение двойной бухгалтерии. – М.: Бухгалтерский учет, 2004.

ВЕБ-АНАЛИЗ НА ОСНОВЕ ДАННЫХ: ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ АНАЛИТИЧЕСКИХ ИНСТРУМЕНТОВ

WEB-BASED ANALYSIS: HIGHLIGHTS ANALYTICAL TOOLS

R. Bazhanov

Annotation

To solve the problems increase the effectiveness of online projects using web analytics tools. These tools can aggregate a large amount of information for subsequent analysis of web. This article attempts to aggregate and analyze in detail the significant indicators of web analytics that are used to measure the effectiveness of an Internet resource. The results may be useful as a theoretical basis using web analytics tools marketers and web analysts.

Keywords: web analytics, web analytics tools, increasing efficiency, performance web analytics.

Бажанов Роман Сергеевич
Московский
финансово-промышленный
университет "Синергия"

Аннотация

Для решения задач повышения эффективности интернет проектов используются инструменты веб-аналитики. Данные инструменты могут агрегировать значительное количество информации для последующего веб-анализа. В статье делается попытка агрегировать и подробно разобрать значительные показатели веб-аналитики, которые используются для измерения эффективности интернет-ресурса. Результаты работы могут быть полезны как теоретическая основа при использовании инструментов веб-аналитики маркетологами и веб-аналитиками.

Ключевые слова:

Веб-аналитика, инструменты веб-аналитики, повышение эффективности, показатели веб-анализа.

Современное общество уже не представляет существование без сети Интернет. За предыдущие 10 лет своего развития, появилось значительное количество интернет-проектов, которые упрощают жизнь большинства людей. Здесь и сайты по бронированию отелей, интернет магазины, онлайн банки, онлайн журналы. В России ежедневная аудитория, которая выходит в сеть, насчитывается более 50 млн. пользователей. Чтобы правильно оценивать своих пользователей, эффективность и отдачу от ресурса и тех действий, которые пользователи совершают на сайтах, интернет компании используют различные показатели, которые можно получить через инструменты веб-аналитики [1, с.74].

Целью данной статьи является агрегирование основной информации по показателям, которые можно получить для целей веб-анализа. В рядах научных работ зарубежных ученых, таких как Б. Клифтона, А. Кошика, Д. Айзерберга, Б. Айзенберга, так и российских в лице А.А. Яковлева, А.А. Довжикова, О.Г. Данишевской, были сделаны попытки систематизировать данную информацию, однако сделано это в недостаточной мере. В основе исследования лежат теоретические и эмпирические выводы о работе с инструментами веб-аналитики. Актуальность тематики продиктован растущим рынком интернет-маркетинга и повышенным вниманием к анализу эффективности интернет проектов со стороны бизнес структур. По данным компании Яндекс ежегодный рост

интернет пользователей составляет до 10%. За период с 2000 по 2010 год рост аудитории Интернета составил более 100% [3, с.1].

Изначальная цель любого инструмента веб-аналитики заключается в сборе и агрегировании необходимой информации для последующего её анализа. С помощью таких инструментов можно изучить данные сайта по ряду параметров, найти все ошибки в структуре, удобстве сайта для пользователей и проводимой маркетинговой стратегии. Таких данных значительное количество. Становится возможным составить портрет потенциального покупателя по качественным, количественным и техническим характеристикам.. Такая информация представлена в **таблице 1** [2, с.44].

Инструменты веб-аналитики дают большой объем информации для анализа различных показателей. Основолагающим из них, который может характеризовать количественную составляющую, является показатель посещаемости сайта и его качественные характеристики.

Посещение сайта (visit) –это процесс любого взаимодействия с интернет проектов пользователя, в течение определенного промежутка времени. Здесь под взаимодействием понимается просмотр страниц сайта, просмотр фото и видео контента.

Таблица 1.

Основная информация, доступная в инструментах веб-аналитики.

Параметр	Показатели
Количественные отчеты (данные о посещаемости)	
Аудитория проекта	Количество пользователей на сайте
	Количество просмотренных страниц на пользователя (Глубина просмотра)
	Количество возвратов на страницы сайта
	Количество постоянных посетителей сайта
Время посещения	Среднее количество посетителей онлайн
	Распределение посещений по времени суток, дней недели
	Средняя длительность посещения
Качественные (характеристика и сегментация аудитории)	
Источники переходов	Количество переходов по бесплатным каналам привлечения (поисковые системы, сайты, социальные сети)
	Количество переходов по платным каналам привлечения (контекстная реклама, поисковое продвижение, медийная реклама и т.д.)
	Посадочные страницы, куда пришел пользователь из каждого рекламного источника (платного или бесплатного)
Портрет аудитории	География посещений
	Ключевые запросы пользователя
	Возраст и пол пользователя
	Постоянность посещения
	Предпочтения на основе аффинити-индекса
Действия на сайте	Последовательность посещения страниц сайта
	Выполнение ключевых целевых действий на сайте
	Страницы выхода на сайте
	Источник, которые привел целевую аудиторию, совершающие целевые действия на сайте
	Количество пользователей, совершивших целевые действия в абсолютном и относительном выражении
	Количество звонков с сайта
Технические показатели (оценка работы сайта)	
Данные о компьютерах, мобильных и планшетах аудитории	Браузеры пользователей
	Операционные системы
	Разрешение дисплеев
	Мобильные устройства
	Наличие flash, java и других технических расширений
Технические проблемы работы сайта	Нагрузка на сайт
	Время загрузки страниц
	Проверка доступности страниц сайта

Посещение начинается при первом отображении страницы сайта в браузере пользователя и длится все время, когда он находится на страницах сайта. Окончание посещения является момент закрытия последней просмотренной страницы сайта в браузере пользователя, либо по прошествии тридцати минут не активного нахождения на страницах сайта. Отрезок времени в количестве тридцать минут – стандартное значение для инструментов веб-аналитики в течении которого фиксируется визит (сессия) пользователя. В современных системах данное значение можно изменять в большую сторону.

У показателя посещения сайта выделяют следующие характеристики:

1. Просмотры страниц
2. Глубина просмотра
3. Показатель отказов
4. Время, проведенное на сайте

Просмотр страницы (page view) – это процесс, в результате которого пользователь просматривает содержимое страницы сайта. Измерение просмотров страниц – процедура, позволяющая получить информацию о количественных и качественных характеристиках просмотров страниц. При помощи анализа просмотров страниц можно получить качественную и количественную информацию о данных страницах. Здесь, под количественными характеристиками следует понимать количество просмотренных страниц сайта пользователем за определенных промежутков времени.

Под качественными характеристиками просмотра страницы могут выступать:

- ◆ Время просмотра страницы;
- ◆ Показатель отказов;
- ◆ Выход со страницы (уход с сайта);
- ◆ Конверсия (если данная страница несет в себе конверсионное свойство – возможность заказать, оставить заявку).

Глубина просмотра (или глубина посещения, visit depth) сайта – среднее количество просмотров страниц сайта, которые совершают пользователи за одно посещение. Основной показатель заинтересованности в информации, предоставленной на сайте. Может быть рассчитан (обычно берут длительный временной промежуток) по формуле:

$$D_v = \frac{T_p}{T_q}$$

Где,

D_v – глубина просмотров;

T_p – общее количество просмотров страниц за

определенный период времени;

T_q – количество посетителей сайта за определенный период времени.

Глубина просмотра зависит от ряда объективных параметров [4]:

1. Тип задач пользователей, которые решает сайт. Если сайт предоставляет справочно-информационный ресурс, то глубина просмотра может быть минимальной. Если пользователь заходит на сайт, чтобы получить определенную информацию, то ему бывает достаточно просмотреть одну страницу, чтобы решить свою задачу. С другой стороны, для сайтов, предполагающих длительное интерактивное взаимодействие (например, общение между пользователями) глубина просмотра может достигать сотен просмотров страниц за посещение.

2. Удобство интерфейса сайта. Прослеживается нелинейная зависимость между удобством сайта и глубиной просмотра, представленная на рисунке 1.



Рис. 1 Нелинейная зависимость между удобством сайта и глубиной просмотра

Глубина уменьшается, если интерфейс и навигация удобны для пользователя (меньше просмотров страниц сайта на единицу действия). С другой стороны глубина также уменьшается, если навигация плохая – пользователи, зайдя на сайт, не понимают, как им решить свою задачу, и уходят (проще попробовать решить свою задачу на другом сайте, чем разбираться в плохом интерфейсе).

3. Степень "размазанности" контента сайта по страницам. Например, если статья разделена на несколько частей, расположенных на отдельных страницах сайта, пользователю, чтобы прочитать статью целиком, придется просмотреть несколько страниц сайта.

4. Релевантность сайта задачам посетителей, то есть насколько сайт изначально соответствует задачам своих посетителей. Это соответствие, в свою очередь, зависит от источников посетителей данного сайта.

Глубина просмотра имеет значение в основном для сайтов с рекламной бизнес-моделью, когда на сайте продаются показы баннеров.

Учитывая перечисленные параметры, от которых зависит глубина просмотра, при сравнении сайтов нельзя заранее утверждать, что чем больше глубина, тем лучше. Необходимо тщательно анализировать степень заинтересованности пользователями в контенте сайта, в том числе и с помощью показателя отказов.

Показатель отказов (bounce rate) – одна из основополагающих метрик, при анализе сайта и рекламных каналов. Обозначает процентное соотношение количества посетителей, покинувших сайт прямо со страницы входа или просмотревших не более одной страницы сайта [8]. Отказ в веб аналитики означает ситуацию, когда посетитель зашел на сайт и, просмотрев только одну страницу, не совершает просмотров других страниц в течение одной сессии.

Данный параметр рассчитывается в процентах от общего числа. Этот показатель является индикатором того, насколько интересным и полезным является контент сайта, хорошо ли продумана навигация, юзабилити сайт, выполняет ли проект свои задачи и основную цель. Используется для анализа эффективности сайта и маркетинговых коммуникаций с целевой аудиторией.

Показатель отказа можно вычислить по следующей формуле:

$$R_b = \frac{T_v}{T_e}$$

Где,

R_b – показатель отказов;

T_v – количество посетителей, просмотревших одну страницу (количество отказов);

T_e – количество просмотров страницы.

В системе статистики Яндекс Метрика существует понятие точного показателя отказов.

Точный показатель отказов – показатель, который помимо просмотра одной страницы сайта учитывает время нахождения на ней, установленное в размере пятнадцати секунд. Если посетитель просмотрел одну страницу сайта более пятнадцати секунд – показатель отказов не учитывается. Данная методология была внедрена для того, чтобы захватить категорию сайтов, где для совершения целевого действия достаточно простора только одной страницы. В основном к таким проектам относятся сайты услуг, где основной контакт с целевыми посетителями устанавливается посредством телефонной связи.

Причинами высокого показателя отказов могут служить:

1. Качество трафика.

Основополагающий критерий, который влияет на исследуемый показатель. Посещения из поисковых систем имеют больший процент показателя отказов. Связано это с некоторой долей нецелевого трафика, который возникает при поисковой оптимизации сайта. В источниках контекстной рекламы показатель отказов значительно ниже. Основано это на более точном, целенаправленном таргетировании трафика на сайт с помощью специальных инструментов.

2. Качество страниц сайта (релевантность и общее представление).

Второй основополагающей категорией, от чего зависит показатель отказов, является качество и релевантность сайта. При не удобном юзабилити или не понятной для посетителя структуре, показатель будет стремиться к ста процентам. Первопричиной этого является особенности человеческого поведения, когда при первой оценке сайта, посетитель решает стоит ли дальше просматривать предоставленную информацию и на сколько она отвечает его ожиданиям.

3. Тематика сайта.

На показатель отказов также влияет тематичность ресурса. Сайты, где предполагается, структурное изучение предоставленной информации показывают низкое значение исследуемого показателя. К ним можно отнести интернет магазины, порталы, сервисы. Информационные сайты и сайты компаний имеют среднее и высокое значение отказов. Связано это с особенностями потребления данной информацией посетителями.

4. Скорость загрузки сайта.

5. Навязчивая реклама

Для различных типов проектов нет универсального приемлемого уровня показателя отказов. Поэтому при анализе страниц сайта и рекламных источников отказы изучаются на основе среднего значения для всего сайта.

Время, проведенное пользователем на сайте – показатель среднего времени, которое пользователь провел на сайте. Рассчитывается данный показатель как отношение общего времени, проведенного на сайте его посетителями, к общему объему посещений. Используется в качестве показателя "заинтересованности" в контенте сайта, чаще всего для информационных сайтов, бизнес-

моделью которых является продажа рекламных мест с оплатой за показы.

Среднее время на сайте можно вычислить по следующей формуле:

$$T_s = \frac{T_c}{Q_p}$$

Где,

- T_s – среднее время пребывания на сайте;
- T_c – количество посетителей, просмотревших одну страницу (количество отказов);
- Q_p – количество просмотров страницы.

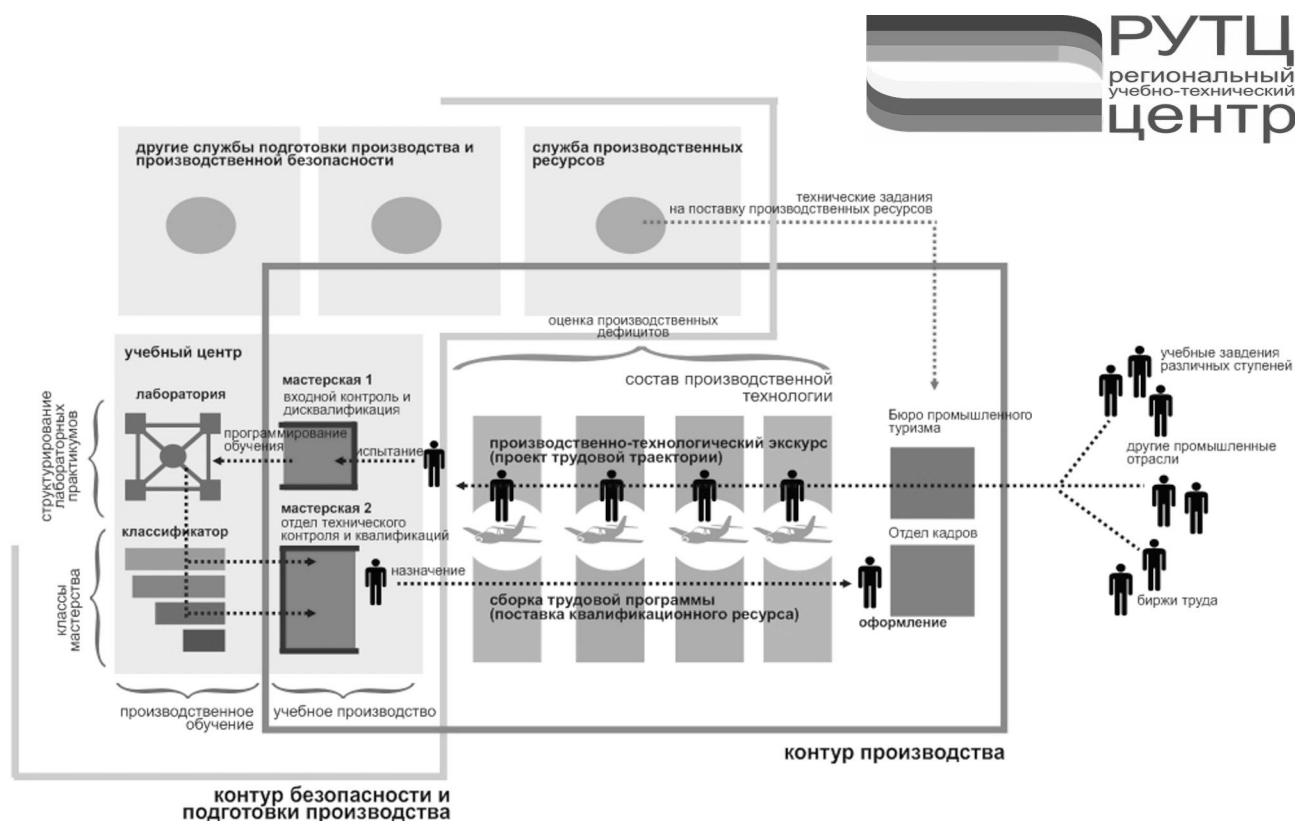
Таким образом, инструменты веб-аналитики дают значительный объем информации, который можно использовать для оценки удобства сайта и эффективности проводимой рекламы.

Существует возможность составить подробный портрет потенциального пользователя интернет-проекта, с помощью которого можно корректировать маркетинговую стратегию. С помощью различных показателей, таких как глубина просмотра, показатель отказов, количество просмотров страниц, становится возможным оценивать качественные характеристики привлекаемого потока трафика на сайт, как платного, так и бесплатного. На основе этих данных уже проводить анализ эффективности и улучшать качественные и количественные показатели интернет-ресурса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бажанов Р.С. Выбор аналитических инструментов для анализа эффективности интернет проекта. // Проблемы современной экономики: материалы III Междунар. Научн. Конф. (г. Челябинск. декабрь 2013). – Челябинск: Два комсомольца, 2013. – 172 с.
2. Данишевская О.Г. Основы веб-аналитики: практическое руководство для маркетолога. Часть 1 – Интернет-маркетинг – 2010. – № 1. – С.40–60
3. Развитие интернета в регионах России // Компания Яндекс [Электронный ресурс]: http://company.yandex.ru/researches/reports/2014/ya_internet_regions_2014.xml (дата обращения 05.03.2014)
4. Основные понятия в веб-аналитике // Скобелев А.А. [Электронный ресурс]: <http://skobelev.ru/> (дата обращения 15.04.2014)

© Р.С. Бажанов, (r.s.bazhanov@gmail.com), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

ANTITRUST REGULATION: PROBLEMS AND SOLUTIONS

M. Borisevich

Annotation

This paper explores contemporary issues of antitrust regulation, in particular the problem of fixing monopolistically high prices for commodities social need, the ways of solving these problems, including the expediency of adopting a number of new regulations in this area.

Keywords: antitrust, monopoly prices, price controls, improve anti-monopoly legislation.

Борисевич Михаил Михайлович

К.ю.н., зав. каф.

*"Государственно и гражданско-
правовые дисциплины"*

*Института дистанционного обучения
ФГБОУ ВПО "МГИУ"*

Аннотация

В настоящей статье исследуются современные проблемы антимонопольного регулирования, в частности проблемы установления монополично высоких цен на товары социальной необходимости, предлагаются пути решения данных проблем, в том числе обосновывается целесообразность принятия ряда новых нормативных правовых актов в данной сфере.

Ключевые слова:

Антимонопольное регулирование, монополично высокие цены, государственное регулирование цен, совершенствование антимонопольного законодательства.

Антимонопольное регулирование является одной из наиболее сложных сфер правового регулирования. По мнению исследователей, это вызвано тем, что "конкуренция, как основная движущая сила экономического развития, неразрывно связана со своей противоположностью – монополией, которая выступает дополнительным фактором развития рынка, усложняющим его нормальную деятельность. В свою очередь, неизбежная тенденция к монополизации, завоеванию хозяйствующими субъектами доминирующего положения на рынке вызывает потребность в государственном регулировании конкурентных отношений путем нахождения и установления оптимального соотношения уровней монополизации и конкуренции с помощью экономических и юридических методов" [1]. В связи с этим проблемы совершенствования антимонопольного регулирования неизменно находятся в центре внимания ученых.

В правовой литературе подчеркивается необходимость целенаправленного регулирующего воздействия государства на антимонопольную сферу: "последствия действия конкуренции не всегда имеют положительный эффект с точки зрения социально-экономических интересов общества (публичных интересов). Поэтому государство должно осуществлять целенаправленное воздействие на экономическую систему с целью уменьшения негативных проявлений функционирования рынка, добиваясь тех же результатов, которые должны достигаться естественным путем под воздействием условий конкуренции. Такое воздействие осуществляется в пользу публичных интересов экономической эффективности"

[16].

Следует заметить, что сфера антимонопольного регулирования является одной из наиболее "новых" для российской правовой системы, поскольку ее становление началось в постсоветский период развития отечественного права. По справедливому замечанию А.И. Багандова, "осуществление государственного антимонопольного регулирования в России до недавнего времени едва ли предполагалось. Связано это было с внутренней обстановкой в стране, где отсутствовали рыночные регуляторы общественного производства и господствовала полная государственная монополия в экономической сфере. В экономической и правовой литературе доминировала явная недооценка мер антимонопольного регулирования и значения организации и деятельности органов, осуществляющих такое регулирование. Начиная с 1990 года, антимонопольное регулирование стало одной из главных тем дискуссий о путях перехода российской экономики к рынку" [4].

Как отмечает З.М. Казачкова, "переход к эффективной рыночной экономике в России предполагает государственную поддержку конкуренции, ограничение монопольных тенденций и воспрепятствование монополистическим правонарушениям. ...Необходимость государственного регулирования этих процессов обусловлена не только становящимся характером рыночной экономики в России, но и общими принципами, свойственными большинству развитых стран. Принятие первого Закона РСФСР "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках" (1991 г.), а в по-

следующем и ряда других законов позволило России формально войти в число более чем 90 стран мира с антитимонопольным законодательством" [6].

В связи с подобными особенностями сфера антимонопольного регулирования во многом строилась в России как экспериментальная, в которой многие механизмы правового регулирования отрабатывались методом проб и ошибок. Поэтому до настоящего времени имеются проблемы антимонопольного регулирования, не нашедшие должного решения.

В настоящей статье обратимся к одной из таких проблем, имеющих, на наш взгляд, концептуальный характер и требующих системного решения – проблеме государственного регулирования, направленного на предотвращение монополистического сговора в сферах, имеющих жизненно важное значение для населения.

Следует подчеркнуть, что в целом формирование монополий не считается однозначно негативным явлением и может быть признано объективным процессом, происходящим в любой рыночной экономике, подчиняющейся собственным законам развития. Например, по мнению З.М. Казачковой, "экономическая концентрация производственного потенциала является одним из объективных процессов в рыночной экономике. Антимонопольные органы лишь контролируют форму концентрации и проверяют, не препятствуют ли эти процессы свободной конкуренции" [8]. Н.И. Клейн также отмечает, что "само занятие коммерческой организацией доминирующего положения на рынке не является предосудительным. Закон "О конкуренции" лишь запрещает злоупотребление этим положением ("рыночной властью", т.е. принятием решений независимо от конкурентов)" [8].

Следовательно, государство в рамках антимонопольного регулирования не должно стремиться к формированию на рынке "чистой конкуренции" и препятствовать образованию монополий, однако призвано осуществлять взвешенное и продуманное антимонопольное регулирование таким образом, чтобы минимизировать негативные последствия монополизации для развития экономики и интересов населения.

По нашему мнению, в настоящее время такое правовое регулирование в России осуществляется несколько неравномерно. Наиболее сильное регулирующее воздействие государства имеется в сфере естественных монополий, которая рассматривается, по сути, в качестве стратегически приоритетной.

Разница в подходах к антимонопольному регулированию в сфере естественных монополий и в иных сферах настолько очевидна, что иногда в правовой литературе Федеральный закон от 17 августа 1995 г. № 147-ФЗ "О естественных монополиях" [15] рассматривается как ан-

типод Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ "О защите конкуренции" [14]. Например, Н.И. Клейн отмечает, что "Закон "О естественных монополиях" не направлен на развитие конкуренции, ограничение и пресечение монополистической деятельности, так как в сферах естественной монополии конкуренция мало эффективна. Этот Закон предусматривает прямое государственное вмешательство в деятельность субъектов естественных монополий и жесткое государственное регулирование их деятельности" [8].

Подобный государственный подход приводит к тому, что иные экономические сферы, помимо естественных монополий, в меньшей степени подвергаются воздействию со стороны государства, в них государство больше полагается на рыночные механизмы саморегулирования, что приводит зачастую к ущемлению интересов граждан, например в результате установления монопольно высоких цен на товары и услуги, являющиеся жизненно важными.

По мнению некоторых ученых, "если на естественные монополии есть рычаги воздействия, то хозяйствующие субъекты в других сферах систематически завышают цены независимо от экономической ситуации, получая неконтролируемые сверхприбыли, а широкий круг потребителей, чьи интересы страдают, и контролирующие ценообразование органы не в состоянии противостоять подобному положению дел" [9].

Показательно в связи с этим определение естественных монополий, закрепленное в статье 3 Федерального закона "О естественных монополиях". Согласно данному определению, "естественная монополия – состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса на этом рынке эффективнее в отсутствие конкуренции в силу технологических особенностей производства (в связи с существенным понижением издержек производства на единицу товара по мере увеличения объема производства), а товары, производимые субъектами естественной монополии, не могут быть заменены в потреблении другими товарами, в связи с чем спрос на данном товарном рынке на товары, производимые субъектами естественных монополий, в меньшей степени зависит от изменения цены на этот товар, чем спрос на другие виды товаров".

Обратим внимание на следующую характеристику, закрепленную в определении: "товары, производимые субъектами естественной монополии, не могут быть заменены в потреблении другими товарами, в связи с чем спрос на данном товарном рынке на товары, производимые субъектами естественных монополий, в меньшей степени зависит от изменения цены на этот товар, чем спрос на другие виды товаров". Данная характеристика, по сути, отражает идеологию прямого государственного регулирования в отношении естественных монополий –

обеспечение интересов населения в сферах потребления, которые являются жизненно важными, и которые необходимы населению вне зависимости от установленных на них тарифов (например, электроэнергия, водоснабжение и иные сферы, перечисленные в статье 4 указанного Федерального закона).

Однако, на наш взгляд, имеется также ряд иных товаров, от которых напрямую зависит выживание населения и спрос на которые всегда высок вне зависимости от установления на них монополично высоких цен. Иными словами, даже если цены на данные товары будут повышаться, население все равно вынуждено будет их покупать.

По нашему мнению, исходя из особенностей отечественного менталитета и традиций, к данному перечню можно отнести, например, следующие товары: хлеб, сахар, соль, молоко, гречневая и рисовая крупы, мука, картофель, сливочное масло. Полагаем, что конкретный перечень подобных товаров может быть установлен путем проведения под государственной эгидой специального исследования. На наш взгляд, с учетом распространения современных информационных технологий, ставших неотъемлемым атрибутом современной жизни, услугами, от которых также не откажутся потребители вне зависимости от повышения цен на них, являются услуги сотовой связи. Между тем, как известно, проблема монополизации рынка услуг сотовой связи является одной из насущных проблем.

В практике Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации нередко встречаются случаи установления монополично высоких цен на товары и услуги рассматриваемой категории. Периодически появляются сообщения о том, что, например, Нижегородское управление ФАС России выявило индивидуального предпринимателя, установившего и поддерживавшего монополично высокие цены на гречневую крупу [12] или в Башкирии за год цены на гречку выросли в четыре раза [13].

Представляется, что необходимо разработать механизм государственного регулирования в сфере установления цен на подобные товары и услуги. Полагаем, что может быть принят федеральный закон "О государственном регулировании цен на товары и услуги социальной необходимости". В рамках исполнения данного федерального закона следует принять постановление Правительства Российской Федерации "Перечень товаров и услуг социальной необходимости, регулирование которых осуществляется государством".

Некоторые ученые высказывались в поддержку необходимости законодательного регулирования установле-

ния цен на подобные товары. Например, в правовой литературе отмечалось, что "нужен законодательный акт, регулирующий "локальные" монополии. В связи с этим необходимо принятие федерального закона, предусматривающего механизм регулирования цен на отдельные группы товаров, продукции и услуг" [9].

Примеры прямого государственного регулирования цен на социально значимые товары имеются в зарубежных странах. Например, в Украине после ряда скандалов, вызванных резким повышением цен на некоторые продовольственные товары (например, сахар, гречку) были приняты документы, предусматривающие прямое государственное регулирование цен. В частности, в утвержденном Правительством Украины перечне объектов государственного ценового регулирования на 2010/2011 маркетинговый год предусматривалось регулирование цен на гречку, пшеницу, рожь, ячмень, муку пшеничную и ржаную, сахар-песок свекловичный, кукурузу, сухое молоко и сливочное масло [10].

Отметим, что государственное регулирование цен на товары применялось в советское время и положительно зарекомендовало себя как способ защиты жизненно важных интересов населения, особенно в трудные исторические периоды (например, имело место в послевоенные годы).

В период коренного реформирования отечественной правовой системы в начале 90-х гг. прошлого века был принят Указ Президента РСФСР от 3 декабря 1991 г. № 297 "О мерах по либерализации цен" [11]. В пункте 1 данного Указа устанавливалось: "осуществить со 2 января 1992 г. переход, в основном, на применение свободных (рыночных) цен и тарифов, складывающихся под влиянием спроса и предложения, на продукцию производственно-технического назначения, товары народного потребления, работы и услуги". При этом в качестве приложения к данному Указу был принят Перечень основных потребительских товаров и услуг, на которые применяются государственные регулируемые цены (тарифы). Однако позднее данный Перечень был признан утратившим силу.

Полагаем, что в настоящее время сложились предпосылки для возврата некоторых исторических традиций в сфере государственного противодействия установлению монополично высоких цен на товары и услуги социальной необходимости. Данные меры позволят усовершенствовать государственное антимонопольное регулирование и способствуют воплощению на практике конституционно провозглашенного принципа социального государства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агаев Р.Г. Правовое регулирование антимонопольной политики: Теоретико-организационные аспекты: Автореф. дисс. ... канд. юрид. наук. М., 1994.

2. Алимов А.Ю. Проблема антимонопольного регулирования рынка ценных бумаг России // Гарантии прав физических и юридических лиц в Российской Федерации. К 10-летию Конституции Российской Федерации: Доклады и сообщения IV международной научно-практической конференции. Москва, 13 апреля 2004 г. С. 365–368.
3. Амуржуев О. Проблемы антимонопольного регулирования // Хозяйство и право. 1990. № 11.
4. Багандов А.И. Конституционно-правовые основы организации и деятельности органов государственного антимонопольного регулирования: Автореф. дисс. ... канд. юрид. наук. М., 2003.
5. Бойчук А.Ю. Проблемы государственного антимонопольного регулирования деятельности предпринимательских структур на рынке нефтепродуктов // Актуальные проблемы совершенствования законодательства и правоприменения: Материалы II международной научно-практической конференции (г. Уфа, 23 января 2012 г.). С. 18–20.
6. Казачкова З.М. Государственное антимонопольное регулирование в России и США: Сравнительное правовое исследование: докт. юрид. наук. М., 2002.
7. Карпец О.В. Проблемы антимонопольного регулирования в России // Актуальные проблемы государства и права на рубеже веков. Материалы конференции, посвященной 40-летию юридического факультета ДВГУ. Ч. 1. Владивосток, 1998. С. 142–144.
8. Клейн Н.И. Антимонопольное законодательство и законодательство о естественных монополиях. Проблемы применения и дальнейшего совершенствования. // Право и экономика. 1998. № 1.
9. Паламарчук А., Сайтарлы Н., Моторина О. Антимонопольное законодательство: проблемы и пробелы. // Законность. 2000. № 9.
10. http://economics.lb.ua/other/2010/12/06/76811_kabmin_budet_kontrolirovat_tsen.html.
11. "Российская газета" от 25 декабря 1991 г.
12. http://fas.gov.ru/fas-in-press/fas-in-press_32630.html Дата актуального посещения – 7 октября 2013 г
13. http://fas.gov.ru/fas-in-press/fas-in-press_32500.html Дата актуального посещения – 7 октября 2013 г
14. "Российская газета" от 27 июля 2006 г.
15. "Российская газета" от 24 августа 1995 г.
16. Карлов С.А. Административно-правовые методы антимонопольного регулирования в России: Автореф. дисс. ... канд. юрид. наук. М., 2012. С. 3.

© М.М. Борисевич, (Vorisevich_MM@list.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ



Основан в 1960 году.

**МОСКОВСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

**ПРИГЛАШАЕТ НА ЗАОЧНУЮ ФОРМУ ОБУЧЕНИЯ
С ПРИМЕНЕНИЕМ ДИСТАНЦИОННЫХ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ,
БЕЗ ВЫЕЗДА НА СЕССИИ !**

**Диплом Инженера, Экономиста, Менеджера, Юриста -
Московского Государственного ВУЗа,
ПРЕСТИЖ - НА ВСЮ ЖИЗНЬ !**

Срок обучения: 4.5 года. Стоимость: от 12 800 руб. за семестр.



ТЕХНОЛОГИЯ МАШИНОСТРОЕНИЯ	ЮРИСПРУДЕНЦИЯ
АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЕ	ФИНАНСЫ И КРЕДИТ
ПРОМЫШЛЕННАЯ ТЕПЛОЭНЕРГЕТИКА	НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ
ХОЛОДИЛЬНАЯ, КРИОГЕННАЯ ТЕХНИКА И КОНДИЦИОНИРОВАНИЕ	ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ
ПРИКЛАДНАЯ ИНФОРМАТИКА	БУХГ. УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ
АВТОМАТИЗАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И ПРОИЗВОДСТВ	МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ
ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ
БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА	УПРАВЛЕНИЕ МАЛЫМ БИЗНЕСОМ
УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ	ЛОГИСТИКА

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ДОБРОВОЛЬНОЙ СДАЧИ НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ, ЛИЦАМИ, ОТБЫВАЮЩИМИ НАКАЗАНИЯ, СВЯЗАННЫЕ С ИЗОЛЯЦИЕЙ ОТ ОБЩЕСТВА

SOME QUESTIONS OF VOLUNTARY SURRENDER OF NARCOTIC DRUGS BY PERSON SERVING PUNISHMENT, ISOLATION FROM SOCIETY

E. Vitovskaya

Annotation

In the article the author considers the special conditions of exemption from criminal liability due to active repentance in correctional institutions; analyzed note to art. 228 of the Criminal Code, providing for the voluntary surrender of narcotic drugs and active part in the disclosure or the suppression of criminal offences; identified certain issues of application of norms of the Russian criminal-procedural legislation.

Keywords: penal system, illicit trafficking in narcotic drugs and psychotropic substances, exemption from criminal liability due to active repentance, voluntary surrender of narcotic drugs, the crime disclosure.

Витовская Евгения Сергеевна

*Адъюнкт каф. уголовного права,
Академия права и управления*

*ФСИН России (Рязань), преподаватель каф..
государственно-правовых дисциплин ФКОУ ВПО
Кузбасский институт ФСИН России,
Новокузнецк*

Аннотация

В статье рассмотрены специальные условия освобождения от уголовной ответственности в связи с деятельным раскаянием; проанализировано примечание к ст. 228 УК РФ, предусматривающее добровольную сдачу наркотических средств и активное участие в раскрытии или пресечении преступлений в исправительных учреждениях; определены отдельные вопросы применения норм российского уголовно-процессуального законодательства.

Ключевые слова:

Исправительные учреждения, незаконный оборот наркотических средств и психотропных веществ, освобождение от уголовной ответственности в связи с деятельным раскаянием, добровольная сдача наркотических средств, раскрытие преступления.

Сообщения о фактах незаконного оборота наркотических средств (далее – НОН) ежедневно можно встретить в средствах массовой информации. Что, несомненно, говорит о широком размахе наркомании в нашем государстве. Согласимся с мнением Р.М. Каширина о том, что проблема распространения наркомании в государстве, несомненно, осложняет и обстановку в исправительных учреждениях уголовно-исполнительной системы (далее – ИУ УИС). В указанные учреждения ежегодно направляются десятки тысяч осужденных больных наркоманией для отбывания уголовных наказаний. По официальным данным, по состоянию на 1 января 2009 г. в ИУ УИС 52,97 тыс. осужденных состояло на диспансерном учете с диагнозом наркомания, на 1 января 2010 г. – 62,04 тыс. осужденных, а к концу 2011 г. – более 56 тыс. осужденных^[1, с.3]. Проблемы борьбы с наркоманией в условиях ИУ УИС приобретают в последнее время особо актуальное значение. В этом отношении настораживают следующие факты, в письме ФСИН России отражены количественные показатели изъятых наркотических средств, психотропных веществ и их аналогов, в 2013 г. у лиц, содержащихся в следственных изо-

ляторах и тюрьмах изъято 10 853,7 грамм наркотиков, что на 3 068,3 грамм, или на 28,3% больше, чем за аналогичный период прошлого года [2]. Сегодня, очень важна высокоэффективная служба сотрудников УИС, как в обычных условиях, так и при резком осложнении оперативной обстановки. К примеру, сотрудниками отдела специального назначения ГУФСИН России по Самарской области за 2013 г. в ходе проводимых мероприятий было изъято 2,7 кг наркотических средств, в результате возбуждено 36 уголовных дел в сфере НОН [3]. Рассматривая основы борьбы с наркотизмом в ИУ УИС А.А. Майоров указывает, что количественные показатели напрямую зависят от показателей состояния индивидуальной преступности, уровня наркотической зависимости и обеспечения контроля за индивидуальными характеристиками личности осужденных. Неполнота и необъективность указанных данных искажает все остальные показатели в сфере НОН [4, с.101].

Нельзя не согласиться с мнением Ю.Н. Канибер о том, что распространение наркотиков в ИУ УИС связано с низким профессионализмом большинства структурных

подразделений. Меры оперативно-розыскного и режимного характера направлены прежде всего на выявление и изобличение осужденных, хранящих и потребляющих наркотики, а не на источники доставки наркотиков [5, с.182]. О субъектах доставки наркотиков в ИУ УИС говорится много, К.И. Сазонова к ним относит: осужденных, имеющих связи из вне; родственников осужденных; отдельных сотрудников ИУ УИС [6, с.158]. Аналогичную позицию поддерживает Т.П. Родичева, особо отмечая, что нелегальный оборот крупных денежных потоков, является особым средством подкупа служащих в ИУ УИС, а указанные учреждения могут быть рассмотрены в качестве теневого рынка для сбыта наркотиков [7, с.27]. На способ доставки наркотиков влияет специфика самого субъекта доставки. Незаконных способов доставки достаточно много: пронос родственниками, прибывшими на длительное свидание; передача в посылках, поступающих осужденным; перебросы осужденным; завоз с различными грузами; проносы осужденными на бесконвойном содержании и т.д. Это подтверждается статистическими данными, в 2013 г. при попытках доставки в ИУ УИС изъято 10 850,9 грамм наркотических средств, а в камерах и на производстве – 2,75 грамм [2]. Особое беспокойство вызывает анализ преступлений, совершенных сотрудниками УИС, в 2013 г. сотрудниками службы охраны совершено 41,6 % преступлений в сфере НОН [8]. На наш взгляд, эффективная работа во многом зависит от успешной организации и устойчивого взаимодействия всех структурных подразделений, что позволит сконцентрировать необходимое количество сил и средств, в борьбе с распространением наркотиков в рассматриваемых учреждениях.

После выявления преступлений в рассматриваемой сфере каждому противоправному факту должна быть дана правильная правовая оценка. Надлежащая квалификация совершенных правонарушений "является необходимым условием успешной борьбы с преступностью и гарантией законного и обоснованного применения мер

правового воздействия" [9, с.257]. Э.Ю. Бадальянц говоря о проблемах реализации мер уголовной ответственности в сфере НОН справедливо отмечает, что в процессе установления преступления всегда необходимо производить целый комплекс мероприятий, в связи с тем, что хранение наркотических средств не всегда носит незаконный характер [10, с.170]. Глава 25 Уголовного кодекса Российской Федерации (далее – УК РФ) [11] предусматривает уголовную ответственность за преступления, совершенные в сфере НОН. Вместе с тем, УК РФ предусматривает ряд норм, стимулирующих активное поведение лиц, совершивших преступление. К примеру, ч. 1 ст. 75 УК РФ закрепляет основания для освобождения лица от уголовной ответственности в связи с деятельным раскаянием [11]. В статье 228 УК РФ сформулированы специальные правила для освобождения лица от уголовной ответственности в связи с деятельным раскаянием [11]. Согласно примечанию к ст. 228 УК РФ освобождение от уголовной ответственности за НОН возможно при наличии двух обязательных условий: при добровольной сдаче соответствующих веществ и при активном способствовании раскрытию или пресечению преступлений, связанных с незаконным оборотом наркотических средств или психотропных веществ, изобличению лиц, их совершивших, обнаружению имущества, добытого преступным путем. Этот вид освобождения от уголовной ответственности оговаривается в ч. 2 ст. 75 УК РФ [11]. Понятие добровольной сдачи наркотических средств или психотропных веществ определено в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2006 г. №14 "О судебной практике по делам о преступлениях, связанных с наркотическими средствами, психотропными, сильнодействующими и ядовитыми веществами" (далее – Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2006 г. №14), где добровольная сдача означает выдачу последних представителям власти при реальной возможности распорядиться ими иным способом [12]. В соответствии с примечанием к ст. 228 УК РФ, не может признаваться добровольной сдачей наркотических средств, психотроп-



ных веществ или их аналогов изъятие указанных средств, веществ или их аналогов при задержании лица, а также при производстве следственных действий по их обнаружению и изъятию. Таким образом, на лицо, две коллизийные нормы, в соответствии с Постановлением Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2006 №14 выдача лицом наркотических средств и психотропных веществ по предложению следователя перед началом производства в помещении выемки или обыска может признаваться добровольной, что противоречит нормам УК РФ. Полагаем, что вопрос о добровольной сдаче может подниматься только в том случае, когда обстоятельства, при которых выдается наркотическое средство не связано с основаниями НОН. Сообщение о нахождении наркотических средств, психотропных веществ и их аналогов в условиях ИУ УИС, по существу можно рассматривать, как явку с повинной. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2006 №14 разъясняет, что освобождение возможно при наличии совокупности двух вышеназванных обязательных условий.

Также отмечено, что действующее законодательство не исключает возможности освобождения от уголовной ответственности лица, хотя и не сдавшего наркотические средства в связи с отсутствием у него таковых, но активно способствовавшего раскрытию или пресечению преступлений, связанных с незаконным оборотом наркотических средств, изобличению лиц, их совершивших, обнаружению имущества, добытого преступным путем. Таким образом, если лицо не располагает наркотическими средствами и следовательно сдать их не может, то все-таки он может быть освобожден от уголовной ответственности, если будет активно способствовать раскрытию преступления. Особо отмечено, что лицо должно активно способствовать раскрытию или пресечению преступления, в котором оно принимало участие, то есть занимать искреннюю позицию, отвечающую интересам правосудия, в собственном деле.



По мнению И.Ю. Синельникова в борьбе с преступлениями в сфере НОН, необходимо учитывать эффективную реализацию норм процессуального законодательства, а также пути совершенствования правоприменительной деятельности сотрудниками органов государственной власти [13, с.147]. Практика применения норм Уголовно-процессуального кодекса РФ (далее – УПК РФ) [14] показывает, что в большинстве случаев добровольной сдачи наркотических средств, психотропных веществ в ИУ УИС, отказано в возбуждении уголовного дела за отсутствием состава преступления.

Однако, формулировка содержащаяся постановлении об отказе в возбуждении уголовного дела, прямо указывала на наличие состава преступления. При принятии подобных решений не учитывались многие обстоятельства, анализ которых необходим для принятия правильного и юридически квалифицированного решения. Правоприменительная практика во многом идет в разрез с нормами УПК РФ. К примеру, ч. 2 ст. 21 УПК РФ закрепляет, что в каждом случае обнаружения признаков преступления прокурор, следователь, орган дознания и дознаватель принимают предусмотренные уголовно-процессуальным законодательством меры по установлению события преступления, изобличению лица или лиц, виновных в совершении преступления [14]. Следует также отметить, что во многих случаях происходит игнорирование ст. 73 УПК РФ, в соответствии с которой обстоятельства, которые могут повлечь за собой освобождение от уголовной ответственности и наказания являются предметом доказывания по уголовному делу [14].

Таким образом, обстоятельства подлежащие доказыванию, возможно, установить при возбужденном уголовном деле. Из этого следует, что принятие решения по освобождению лица от уголовной ответственности по основаниям деятельного раскаяния возможно после окончания предварительного расследования.



В заключении хотелось бы отметить, что правоприменительная практика строится на широком толковании примечания, предусмотренного ст. 228 УК РФ. Возможно освобождение лица от уголовной ответственности как добровольного сдавшего наркотическое средство, психотропное вещество, так и в случаях не сдавшего данные предметы, но активно способствовавшему раскрытию преступления.

Внесение соответствующих изменений в ст. 228 УК РФ позволит обеспечить правильное и единообразное применение государственными органами законодатель-

ства о преступлениях в сфере НОН. Необходимо также учитывать, что основанием принятия любого уголовно-процессуального решения является достаточная совокупность доказательств, устанавливающая определенные обстоятельства.

Согласимся с позицией А.А. Майорова, что в данном случае, важна оценка активности лица при его способствовании раскрытию преступления; объем имеющейся информации об иных преступлениях; последовательности его позиции в собственном деле; добровольности сдачи наркотических средств или психотропных веществ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Каширин В.М. Оперативно-розыскное предупреждение незаконного оборота наркотических средств в исправительных учреждениях: автореферат дис. ... кандидата юридических наук: 12.00.09. – Псков, 2012. – 28 с.
2. См.: О недостатках в организации режима и надзора в следственных изоляторах и тюрьмах уголовно-исполнительной системы: Письмо ФСИН России. Исх. 08-7683 от 25.02.2014 г.
3. См.: Об итогах оперативно-служебной деятельности отделов специального назначения территориальных органов ФСИН России за 2013 год: Письмо ФСИН России. Исх.08-11586 от 24.03.2014 г.
4. См.: Майоров А. А.. Методологические основы борьбы с наркотизмом в исправительных учреждениях // Уголовное право. 2005. №5. – С.101-107.
5. См.: Канибер Ю. Н. Наркоситуация в учреждениях исполнения уголовных наказаний // Профилактика наркомании: организационные и методические аспекты. Итоговые материалы международного проекта / Сост. И. П. Руцenco. – Харьков: Финарт, 2002. – С. 182-192.
6. См.: Сазонова К.И. К вопросу о незаконном обороте наркотических средств в исправительных учреждениях в XXI веке // Аспирантский вестник Поволжья. 2010. №1-2. –С.157-159.
7. См.: Родичева Т.Н. Некоторые аспекты профилактики и предупреждения незаконного оборота наркотических средств в местах лишения свободы силами и средствами подразделений исправительных учреждений ФСИН России // Вестник Кузбасского института. Научный журнал. 2011. №4(7). –С.24-29.
8. См.: О результатах обеспечения охраны объектов уголовно-исполнительной системы в 2013 г. и мерах по повышению ее эффективности в 2014 г.: Письмо ФСИН России. Исх. 08-11155 от 19.03.2014 г.
9. Шавырина А.С. Вопросы соотношения преступлений и смежных административных правонарушений // Пробелы в российском законодательстве. 2010. № 1. – С. 256 – 260.
10. См.: Организационно-правовые основы противодействия незаконному обороту наркотических средств и психотропных веществ: федеральный и региональный компоненты: учебное пособие / под общ. Ред. Д.Н. Архипова, Т.А. Батрова, М.А. Некрасова. – Рязань: Рязанский филиал Московского университета МВД России, 2011. –С.170. (всего 490)
11. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 г. №63-ФЗ: ред. от 05.05.2014 г. // Собр. законодательства Рос. Федерации. 1996. №25. Ст.2954.
12. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2006 № 14 (ред. от 23.12.2010) "О судебной практике по делам о преступлениях, связанных с наркотическими средствами, психотропными, сильнодействующими и ядовитыми веществами" // [Электронный ресурс]. Документ опубликован не был. Доступ из справ.-правовой системы "КонсультантПлюс": Версия Проф. Технология 3000 / ООО "ЮрСпектр". – М., 2014.
13. См.: Организационно-правовые основы противодействия незаконному обороту наркотических средств и психотропных веществ: федеральный и региональный компоненты: учебное пособие / под общ. Ред. Д.Н. Архипова, Т.А. Батрова, М.А. Некрасова. – Рязань: Рязанский филиал Московского университета МВД России, 2011. –490 с.
14. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18 декабря 2001 г. № 174-ФЗ: (ред. от 05.05.2014) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2001. № 52 (ч.1). Ст.4921.
15. См.: Майоров А. А. Проблемы освобождения от уголовной ответственности и возможности наказания лиц, потребляющих наркотики // Представительная власть – XXI век. 2007. № 5 (сентябрь-октябрь). – С. 36-41.

СУДЕБНЫЕ ОРГАНЫ КОНСТИТУЦИОННОГО КОНТРОЛЯ В СОВРЕМЕННОЙ ПРАКТИКЕ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

JUDICIAL AUTHORITIES OF THE CONSTITUTIONAL CONTROL IN MODERN PRACTICE OF FOREIGN COUNTRIES

I. Ostapovich

Annotation

Judicial authorities take active part in creation of rules of law in modern conditions, acting in a role as "negative" legislator (canceling action of the unconstitutional act or canceling the bylaw), and the "positive" legislator. In article constitutional and legal sources of such countries as Great Britain, the USA, Germany, Austria, Italy, Spain, Japan, Israel, Switzerland, Brazil, by Nicaragua, Bahrain, Dominican Republic are analyzed. Features of implementation of function of "the negative legislator" bodies of the constitutional control within Anglo-Saxon, American and European model, and also in the Islamic states reveal. Such activity is directly connected as with the right of interpretation of provisions of the Basic law of the state, and with the right of decision-making on compliance to it other rules of law.

Keywords: Judicial authorities of the constitutional control, "negative" legislator, "act of the constitutional control", "judicial precedent".

Остапович Игорь Юрьевич

*К.юр.н., Доцент каф. теории и истории
государства и права, Горно-Алтайский
государственный университет*

Аннотация

В современных условиях судебные органы принимают активное участие в создании правовых норм, выступая в роли как "негативного" законодателя (отменяя действие неконституционного акта или аннулируя подзаконный акт), так и "позитивного" законодателя. В статье анализируются конституционно-правовые источники таких стран как Великобритания, США, ФРГ, Австрия, Италия, Испания, Япония, Израиль, Швейцария, Бразилии, Никарагуа, Бахрейна, Доминиканской Республики. Раскрываются особенности осуществления функции "негативного законодателя" органами конституционного контроля в рамках англо-саксонской, американской и европейской модели, а также в исламских государствах. Такая деятельность напрямую связана как с правом толкования положений Основного закона государства, так и с правом принятия решений о соответствии ему других правовых норм.

Ключевые слова:

Судебные органы конституционного контроля, "негативный" законодатель, "акт конституционного контроля", "судебный прецедент".

В правовой традиции разных стран мира имеет место восприятие органа конституционного контроля как "негативного" законодателя (отменяющего правовые нормы в связи с несоответствием основному закону).

Орган конституционного контроля "негативным" законодателем может выступать при рассмотрении конкретного спора, либо в ходе предварительной контрольной деятельности, либо при последующей контрольной деятельности и опять же в связи с рассмотрением конкретных дел, поскольку, разрешая возникшую коллизию, он может признать некое законоположение не соответствующим конституции. У истоков деятельности органов конституционного контроля в качестве "негативного" законодателя лежит судебный спор, завершающийся принятием решения о несоответствии нормы закона конституционному положению. В современной практике европейских стран такие споры во многом связаны с формированием некоторых правовых позиций общеевропейских судов.

Деятельность органов конституционного контроля как "негативного" законодателя достаточно отчетливо видна на примере практически любого государства, в котором они существуют. Она напрямую связана как с правом

толкования положений Основного закона, так и с правом принятия решений о соответствии ему других законоположений.

Соответствующие примеры мы можем видеть и в английской, и в американской, и в европейской моделях конституционного контроля. Различие может быть проведено по объему толкования и последствиям принятия решений в режиме последующего конституционного контроля, а также в части разной роли судов: в европейской модели это интерпретация закона, в английской – следование ему как высшему акту, принимаемому исключительно парламентом, в американской – правотворчество.

Кроме того, следует учитывать соотношение понятий "акт конституционного контроля" и "судебный прецедент". Последний рассматривается как общее понятие, частью которого выступает акт судебного органа конституционного контроля. В целом судебный прецедент может использоваться главным образом в странах англо-саксонской правовой семьи, к романо-германскому праву он применим в меньшей степени по причине отличной юридической техники и дифференцированного обращения с источниками права и его нормами, так и по причине сложившейся убежденности в верховенстве закона – источника права, не подлежащего произвольному "удалению

из обращения". В России, при создании Конституции РФ 1993 г., перспективы судебного правотворчества в сфере конституционного контроля были весьма высоки из-за ограничения Конституционного Суда РФ в части получения "законодательных руководств", но так и не развились [1].

Для англо-саксонской модели системные взаимосвязи по типу "орган конституционного контроля – негативный законодатель" характерны в наименьшей степени. Например, в Великобритании суды не могут дополнять статут, равно как признавать недействительными его положения, но именно они применяют статут в каждой конкретной ситуации и толкуют его в соответствии с теми правилами и презумпциями, которые они сами разработали [2]. В английской юриспруденции определяется достаточно большое количество таких презумпций, среди них:

- 1) следование буквальному смыслу слов закона;
- 2) следование намерению парламента, вследствие которого принят закон;
- 3) закон не следует толковать таким образом, чтобы породить нелепость;
- 4) отрицание ретроспективного действия;
- 5) запрет ограничения прав граждан вследствие двусмысленности закона;
- 6) отмена прецедентного права только под условием четкого требования закона;
- 7) запрет толкования положений закона таким образом, чтобы они оказывались недействительными вследствие акта толкования;
- 8) нет преступления без вины;
- 9) запрет ограничения юрисдикции судов;
- 10) согласованность норм закона и международного права;
- 11) территориальное действие закона [3].

В.Ф. Кузнецов связывает постепенное проведение реформирования английской судебной системы с вступлением Великобритании в Европейское Сообщество, особенно с первым прецедентом отмены внутреннего законодательного акта Великобритании по решению Европейского суда (дело *Factortame*), чего на тот момент ни при каких обстоятельствах не мог сделать ни один британский суд в силу доктрины верховенства парламента [4]. На примере дела *Factortame* можно сделать вывод об использовании в нем презумпций согласованности норм закона и международного права и запрета ограничения юрисдикции судов, которые в совокупности "перевесили" идею верховенства парламента [6].

Кроме того, помимо прецедентного права, в Великобритании имеется достаточно большое количество делегированных законов. Относительно их Дж. Салмонд указывает, что данные законы проистекают из делегации парламентом своих полномочий подчиненным органам, которые при осуществлении делегированных полномочий остаются субъектами контроля суверенного законодателя [5].

М.А. Матинян, исследуя виды делегированных законов, выделяет среди них акты исполнительного, судеб-

ного, автономного законодательства. При этом он полагает, что на первом месте стоит контроль самого парламента в силу того, что принятие делегированного акта связано с делегацией парламентом своих полномочий. Парламентский контроль освобождает делегированный акт от других форм контроля, и прежде всего судебного. Например, в деле *"City of London v. Wood"* было установлено следующее положение: постановления, которые должны быть рассмотрены парламентом, ни в какой степени не ограничивают полномочия суда по рассмотрению этих актов и решению вопроса об их полной или частичной недействительности. Судебный контроль осуществляется судами только тогда, когда при рассмотрении конкретного дела происходит ссылка на делегированный акт. В таком случае суды могут потребовать доказательства его действительности. Рассмотрение вопроса о действительности делегированного акта протекает параллельно с основным вопросом. Вместе с тем, следует отметить, что основанием признания делегированного акта недействительным служит его несовместимость с законом, установленная судом [7].

В связи с этим полагаем, что судебный контроль не подменяет парламентский и уступает ему только в части времени и способа осуществления (для судебного контроля необходим некий спор, деятельность парламента основана на иных началах). Таким образом, судебный контроль, осуществляемый в Великобритании, не является конституционным контролем в том смысле, который вкладывает в это понятие российская юридическая наука и правовая система. Однако общие идеи его осуществления лежат в той же плоскости, что и идеи конституционного контроля, вследствие чего в роли "негативного" законодателя он выступает в той же степени, что и любая другая система конституционного контроля.

В американской модели конституционного контроля деятельность судов как "негативного" законодателя изначально обусловлена тем конституционным механизмом "сдержек и противовесов", который, как указывает У. Бернам, предоставлял исполнительной и законодательной власти средства сдерживания власти судебной через процедуру отбора и назначения судей федеральных судов и контролирования объема юрисдикции этих судов. Судебная система США образована в двухуровневом режиме: федеральные суды и суды штатов. В систему федеральных судов входит Верховный суд США, 12 апелляционных судов и федеральные окружные суды. В силу клаузулы о верховенстве федерального права суды штатов, как и федеральные суды, наделены правом толкования американской Конституции (а также и конституции штата) [8].

В соответствии со ст. II Конституции США судьи федеральных судов назначаются Президентом с совета и согласия Сената. В большинстве же штатов должность судьи является выборной [9]. Право главы государства назначать судей Верховного суда является одной из форм конституционного воздействия на судебную систему, но отсутствие законодательно установленных критериев отбора привело в настоящее время к изрядной по-

литизированности этого процесса. Начиная с 1803 г., когда было вынесено решение по делу *Marbury v. Madison*, американские суды исходят из двух постулатов: верховенство Конституции над иными законами и наделение судей полномочиями по рассматриваемым делам утверждать, что есть право [8]. Суды любого уровня имеют право осуществлять конституционный контроль, в том числе посредством толкования Конституции (правда во многих штатах это запрещено "вне рамок рассматриваемого дела"). Хотя судебный надзор (в русском переводе используется этот термин) и децентрализован, нижестоящие суды создают лишь "наилучшие предположения" (best guesses) относительно значения тех или иных норм конституции, тогда как позиция Верховного суда США является окончательной, и вопрос конституционного права становится разрешенным после вынесения решения Верховным судом [8].

В целом в США объектом конституционного контроля может стать любой законодательный или административный акт, оспоренный в суде. Хотя американские юристы отмечают, что активность Верховного суда в области контроля за конституционностью федерального законодательства снижается [10]. Однако существование самой американской федерации будет под угрозой, если лишить Верховный суд права объявлять неконституционными законы отдельных штатов [11].

С.В. Поленина в связи с этим обращает внимание на три правила, в соответствии с которыми американские суды выполняют функцию конституционного контроля:

1) Plain Meaning Rule – суды не должны изменять суть закона под видом его интерпретации;

2) The Mischief Rule – смысл толкования состоит в том, чтобы убедиться в действительном намерении законодателя и усилить эффективность его реализации;

3) The Golden Rule – суд обязан применять закон так, чтобы избежать возможности абсурдного решения [12]. Три указанных положения ориентируют американскую систему конституционного контроля скорее на "позитивное" направление, но при этом фактически запрещают изменять содержание закона, сохраняя в целом "негативное" начало.

Европейская система конституционного контроля также в целом демонстрирует ориентацию деятельности специально созданных судебных органов в направлении признания положений законов не соответствующими конституциям с последующей утратой этими законами юридической силы. Это может быть проиллюстрировано на примере полномочий органов конституционного контроля ФРГ, Австрии, Италии, Испании.

Так, в Германии правом обращаться в Конституционный суд ФРГ (далее КС ФРГ) наделены:

1) граждане (до 95% жалоб, поступающих на его рассмотрение, составляют жалобы граждан);

2) Федеральный президент;

3) Бундестаг;

4) 1/3 депутатов Бундестага;

5) избиратель (при поддержке 100 избирателей);

6) Бундесрат;

7) Федеральное правительство;

8) правительства земель;

9) конституционные суды земель;

10) суды;

11) община;

12) объединение общин;

13) парламенты земель;

14) собрание земли;

15) иные публичные органы в той мере, в которой они являются субъектами особых конституционных прав (университеты, церкви, агентства теле- и радио- вещания).

Деятельность КС ФРГ как "негативного" законодателя может быть сосредоточена согласно ст. 93 Основного закона ФРГ на таких полномочиях, как:

◆ толкование конституции в случае спора об объеме прав и обязанностей участников конституционно-правовых отношений (споры о компетенции высших органов государства);

◆ рассмотрение споров о взаимоотношениях федерации и земель, а также земель между собой (о совместности федерального права и права земель);

◆ рассмотрение жалоб общин и их союзов по поводу нарушения их прав на самоуправление;

◆ рассмотрение заявлений граждан на нарушение их конституционных прав юридическими актами (законами, актами административных органов, судебными решениями);

◆ рассмотрение жалоб на решения Бундестага по вопросам проведения выборов.

Ст. 90 Закона о Федеральном Конституционном суде ФРГ предусматривает подачу конституционной жалобы в тех случаях, когда исчерпаны иные средства судебной защиты. Но если вопросы, затрагиваемые в жалобе, имеют всеобщее значение, или заявителю будет причинен невосполнимый ущерб при промедлении в процедуре рассмотрения жалобы в суде общей юрисдикции, то возможно принятие ее к производству в ФКС ФРГ без соблюдения обычного порядка. При удовлетворении жалобы в решении ФКС ФРГ указывается, какое именно положение Основного закона ФРГ было нарушено, и какими действиями или бездействиями. При вынесении решения, вытекающего из конкретного судебного дела, ФКС ФРГ вправе вернуть дело в компетентный суд. При объявлении нормативного акта не соответствующим Основному закону Германии акт провозглашается недействительным [13].

Аналогично в Австрии круг полномочий Федерального Конституционного суда (далее ФКС Австрии) практически всеобъемлющий, а его решения обязывают немедленно привести в действие механизм отмены оспоренного закона. Например, по ходатайству федерального правительства или заинтересованной земли ФКС Австрии может установить, имелось ли соглашение между федерацией и ее частью, и выполнены ли возложенные им обязательства. В силу ч. 3 ст. 139 Конституции Австрии Федеральный Конституционный суд может отменить постановление как противозаконное только в том случае,

когда было определено заявлено ходатайство о его отмене или когда указанное постановление подлежало бы применению ФКС Австрии при рассмотрении им правового спора. Однако если ФКС Австрии приходит к выводу о том, что постановление в целом лишено законных оснований, было издано некомпетентным органом или было опубликовано противозаконным способом, то он отменяет постановление в целом как противозаконное. В предмет конституционного контроля входит и оценка соответствия международного договора Конституции Австрии.

В некоторых случаях ФКС Австрии подменяет в своей деятельности Административный суд Австрии: когда обжалуется конституционность актов управления (по законодательству Австрии предусмотрено трехступенчатое обжалование в органы исполнительной власти, но если нарушение квалифицируется с позиций, установленных в ст. 144 Конституции Австрии, жалоба может быть направлена не в Административный суд, а в КС Австрии). Правом обращаться в ФКС Австрии наделены палаты парламента, федеральное правительство, административные органы, правительства земель, счетная палата, Верховный и Административный суды, граждане.

В Италии основные полномочия Конституционного Суда (далее КС Италии) по Конституции Италии 1947 г. могут быть объединены, по мнению В.В. Маклакова, в пять блоков [14]:

1) проверка конституционности законов (по общему правилу, осуществляется по запросам судов общей юрисдикции);

2) импичмент в отношении президента;

3) разрешение вопроса о допустимости проведения референдума;

4) разрешение споров о компетенции между различными ветвями власти;

5) разрешение споров о полномочиях между государством и отдельными административно-территориальными образованиями. Если суд признает неконституционным какой-либо закон, его положения утрачивают силу на следующий день после официального опубликования решения суда (ст. 136 Конституции Италии), решения КС Италии обжалованию не подлежат [15].

В Испании, как отмечает М.Э. Касас Баамонде, устройство и порядок деятельности Конституционного трибунала (суда) Испании (далее КС Испании) основывается на австрийской, немецкой и итальянской моделях [16]. В соответствии со ст. 161.1 Конституции Испании 1978г. Конституционный суд может рассматривать: 1) жалобы о неконституционности законов и иных нормативных правовых актов, имеющих силу закона; 2) жалобы о защите от неправомерных действий государственных органов, нарушающих основные права и свободы граждан; 3) конфликты, возникающие между Испанией как государством и ее автономиями или между самими автономиями относительно их компетенций (среди последних актов Конституционного трибунала можно упомянуть принятое в феврале 2013 г. решение о неконституционности закона о социальном обеспечении, который запрещал выплачивать пенсии в связи со смертью кормильца, лицам, со-

стоящим в бездетном однополном браке. Как указал Конституционный трибунал, юридически усыновление детей лицами, состоящими в однополном браке, до недавнего времени было запрещено, в связи с чем норма закона была признана устанавливающей неравенство между гомо- и гетеросексуальными парами).

Особенностью испанской правовой традиции, заимствованной в некоторых латиноамериканских государствах, выступает то, что, согласно Конституции Испании 1978 г. [17], каждый гражданин имеет право защищать свои права и свободы перед судом первой инстанции, где дело должно рассматриваться в срочном и приоритетном порядке, а в некоторых случаях путем подачи заявления в соответствии с процедурой ампаро в Конституционный трибунал (например, при отказе от воинской службы по религиозным мотивам). Кроме того, правительство может опротестовать перед КС Испании положения и резолюции, принятые органами автономных сообществ. Опротестование влечет за собой приостановление действия рассматриваемого положения или резолюции, однако КС Испании должен в срок, не превышающий пяти месяцев, подтвердить или отменить действие этих актов. Сущность процедуры ампаро, как указывает А.А. Клишас, заключается в том, что она отчасти дублирует кассационное производство, поскольку сам механизм конституционного контроля в данном случае направлен на защиту основ конституционного правопорядка, а именно: прав, свобод и законных интересов граждан и юридических лиц; компетенции федеральных органов государственной власти от посягательств со стороны публичных институтов штатов; полномочий органов субъектов федерации от посягательств со стороны федеральных органов власти, что осуществляется посредством самостоятельного судопроизводства, возбуждаемого по инициативе потерпевшей стороны, и вынесения решения о конституционности или неконституционности обжалуемого нормативного акта, которое влечет за собой установленные законодательством правовые последствия для сторон рассматриваемого дела [18].

Несколько общих черт в части деятельности как "негативного" законодателя можно обнаружить в практике органов конституционного контроля Швейцарии, Израиля и Японии. Несмотря на существенные различия в географическом положении, государственном устройстве и формировании правовой системы, что позволяет сделать следующий вывод: в обозначенной части конституционно-контрольная деятельность может и не связываться с общими правилами организации соответствующих правовых семей. Во всех трех странах конституционный контроль осуществляет высший судебный орган, наделенный и иными полномочиями в сфере осуществления судебной власти. Осуществление конституционного контроля существенно сближено с механизмом создания прецедентов, как это предусмотрено в английском и американском праве (безотносительно к конституционному контролю, только в качестве основного направления осуществления правосудия). Так, в Швейцарии высшим органом правосудия в соответствии со ст. 188 Конституции

Швейцарии [19] является Федеральный верховный суд, который разрешает: 1) жалобы на нарушение конституционных прав; 2) жалобы на нарушение автономии общин и других гарантий кантонов в пользу публично-правовых корпораций; 3) жалобы на нарушение государственных договоров или договоров кантонов; 4) публично-правовые споры между Союзом и кантонами или между кантонами. Кроме того, он наделен компетенцией по гражданским, уголовным и административным делам [20]. Исторически сложилось так, что Верховный суд Швейцарии осуществляет конституционный контроль только в отношении законодательства кантонов (при рассмотрении дел по жалобам на нарушения конституционных прав граждан); федеральное же законодательство не является объектом его контроля. Вместе с тем практика деятельности многих институтов швейцарского правосудия, существующих не один десяток лет, показала свою эффективность как система административной юстиции, имеющая возможность давать оценку управленческим актам и в плане защиты прав человека несколько смягчающая отсутствие полноценного судебного конституционного контроля.

В Израиле, по выводам Е.Э. Задворянского, процесс конституционного законотворчества отличается следующими особенностями: отсутствием писаной Конституции, замедленным и неравномерным принятием Кнессетом – парламентом Израиля – законов, формирующих конституционное пространство Израиля, осуществлением Верховным судом Израиля (далее ВС Израиля) функций конституционного судебного контроля и ростом "судебного активизма" на уровне ВС Израиля, выражающемся в принятии решений, дополняющих и расширяющих действующие конституционные нормы, при фактическом прекращении процесса конституционного законотворчества в рамках Кнессета с 1995 года [21]. ВС Израиля как орган конституционного контроля имеет важное значение не только для защиты конституционных актов Израиля, но и развития конституционного права данной страны (например, отклонив все поданные иски, в конце 2010 года на справедливой основе он разрешил более чем десятилетний спор о возвращении России Сергиева подворья в центре Иерусалима. Как и в Швейцарии, Верховный суд Израиля является высшим судебным органом, наделенным функциями в сфере не только конституционного, но и административного, гражданского и уголовного правосудия.).

Израиль – это государство, где отсутствует закон о конституционном суде, и конституционного суда как отдельной инстанции в структуре государственной власти не существует. Согласно принятой практике, закрепленной в одном из положений Основного закона о судопроизводстве, функции контроля за доскональным соблюдением законов государственными институтами возложены на ВС Израиля, выступающий в таком случае как Высший суд справедливости (БАГАЦ) [22]. В начальный период существования государства Высший суд справедливости рассматривал почти исключительно индивидуальные конституционные жалобы граждан по поводу нарушения

их прав и свобод. С течением времени, однако, в Высший суд справедливости стали подаваться иски о соответствии принятых Кнессетом решений основным законам страны. Хотя в вердикте по иску Каниэль против министра юстиции и других (1973) ВС Израиля отчетливо констатировал, что "при нашем конституционном строе постановления Кнессета как законодательной власти являются законом, в то время как судебные органы должны комментировать решения Кнессета и осуществлять их, а не отменять или изменять их". ВС Израиля не считал нужным самоустраниться от рассмотрения подобных исков: так, например, в 1981–82 годах Верховный Суд дважды отменял принятые Кнессетом законодательные акты как несоответствующие Основному закону о Кнессете. В последние годы подобная практика стала повсеместной; более того, 24 сентября 1997 года Верховный суд впервые признал одно из положений принятого Кнессетом закона антиконституционным, чем окончательно утвердил себя в качестве конституционного суда [23].

Юрисдикция ВС Израиля как органа конституционного контроля сформулирована достаточно просто: рассмотрение тех вопросов, в связи с которыми он полагает необходимым предоставить судебную защиту во имя правосудия. Таким образом, авторитет актов ВС Израиля достаточно высок, и последствия принятия решения судом сводятся к созданию обязательных прецедентов, хотя в разные временные периоды его позиция менялась по мотивам, близким к политическим.

Конституция Японии 1947 г. при сохранении монархической формы правления установила осуществление законодательной власти двухпалатным парламентом (палата представителей и палата советников), главной функцией которого является принятие законов и федерального бюджета. Норма о соотношении полномочий Верховного суда Японии (далее ВС Японии) и иных ветвей власти в части конституционного контроля лаконично сформулирована в ст. 81 Конституции Японии 1947г. [24]: Верховный суд является судом высшей инстанции, полномочным решать вопрос о конституционности любого закона, приказа, предписания или другого официального акта. ВС Японии, состоящий из 15 членов и назначаемый Кабинетом министров, вправе решать вопрос о конституционности любого закона, указа, постановления или административного акта. Такое решение может быть принято, если за него проголосовало не менее 8 членов. В случае признания закона неконституционным, копия решения посылается в парламент и в кабинет. Особенность конституционного контроля заключается в том, что вопрос конституционности закона решается вне связи с рассмотрением уголовного или гражданского дела (в отличие от Швейцарии и Израиля, законодательство которых ориентировано на осуществление контроля по конкретному делу). Иск об антиконституционности нормативного акта должен быть подан в суд первой инстанции. Фактически определенные начала конституционного контроля можно обнаружить и в деятельности нижестоящих судов (так, после выборов в декабре 2012 г. в нижнюю палату парламента две группы адвокатов подали ис-

ки в 14 судов различных районов страны с требованием отменить результаты выборов в общей сложности в 31 избирательном округе. Основанием для подачи исков стала возникшая из-за разной плотности населения в избирательных округах разница в количестве голосов, необходимых для получения депутатского мандата. На выборах в густонаселенных районах кандидату потребовалось набрать в 2,43 раза больше голосов, чем в малонаселенных округах. Таким образом, было нарушено равноправие избирателей, что заставило суды вынести решение о несоответствии выборов Конституции страны, гарантирующей всем гражданам равные избирательные права.)

Интересно наблюдать процессы становления конституционной юстиции в исламских государствах, являющихся сейчас своеобразной "лабораторией", в которой заимствуются основные модели конституционного контроля, но с учетом специфики государственно-правовой организации. При этом в некоторых государствах они в основном ориентированы на деятельность в качестве "негативного" законодателя, а в некоторых – в качестве "позитивного". Например, в Бахрейне, где основным источником законодательства является шариат, согласно ст. 106 Конституции Бахрейна от 2002 г. [25], Конституционный суд Бахрейна (далее КС Бахрейна) должен включать в себя председателя, шесть членов, каждый из которых назначается королевским приказом на период, установленный законом. В компетенцию суда входит соблюдение конституционности законов и положений. Правительство, консультативный совет, члены палаты депутатов, выдающиеся люди и другие, не поименованные в Конституции Израиля лица, имеют право оспаривать конституционность законов и положений перед судом. Судебное решение о том, что текст закона или постановления не является конституционным, имеет прямое действие. Таким образом, если решение КС Бахрейна о неконституционности относится к тексту уголовного кодекса, обвинительные приговоры, вынесенные на основе такого текста, считаются недействительными и не имеют юридической силы. Решение суда имеет общеобязательный характер. Исходя из этих положений Конституции Бахрейна, можно сделать вывод о том, что сформулированная правовая позиция КС Бахрейна будет использоваться не только для отмены неконституционных законов, но и применяться по конкретным уголовным и иным делам, намечая тенденцию к "позитивной" правотворческой деятельности.

Достаточно ярко роль органа конституционного контроля как "негативного" законодателя может быть предусмотрена основным законом страны и в тех случаях, когда полноценный институт контроля в целом отсутствует, а часть его функций возложена на высший судебный орган общей юрисдикции. Например, в Никарагуа его фактически нет. Однако п. 17 ст. 229 Конституции Никарагуа устанавливает право Верховного суда страны принимать на предварительном заслушании заключение прокуратуры, окончательное решение о законной силе законодательных актов, против которых как противоречащих конститу-

ции заявлен протест исполнительной власти, или актов, представленных Верховному суду для получения от него заявления об их конституционности [26]. При этом Верховный суд является высшим органом судебной власти, наделенным правом рассматривать конкретные дела по существу. При этом осуществление конституционного контроля ограничено кругом нормативных актов, относительно конституционности которых имеются сомнения у прокуратуры – органа, осуществляющего надзор за исполнением законов, который может давать заключения об их соответствии Конституции Никарагуа, носящие предварительный характер.

Таким же образом Верховному суду Боливии, согласно п. 5 ст. 145 Конституции Боливии от 25 января 2009 года [27], принадлежит право рассматривать в единственной инстанции дела чисто правового характера, от решения которых зависит признание конституционным или неконституционным того или иного закона, декрета или постановления. По боливийской конституции, таким образом, осуществление конституционного правосудия выступает частным случаем осуществления правосудия в целом. Однако рассмотрению дел о соответствии или несоответствии конституции иных законоположений, как и в России, придается статус исключительно вопросов права.

Конституция Доминиканской Республики от 10 января 1947 года в отличие от основных законов других стран Латинской Америки не предусматривала судебного конституционного контроля. Эту функцию "явочным" порядком с конца 1970-х гг. выполнял Верховный суд. В их конституции было предусмотрено следующее положение: в ст. 40 в императивной форме закрепляется, что все законы, декреты, регламенты и акты, противоречащие конституции, тем самым лишаются всякой юридической силы [28]. В новой же Конституции Доминиканской республики от 26 января 2010 года ст. 184 указывает, что Конституционный суд создан для гарантии верховенства Конституции, защиты конституционного порядка и защиты основных прав. Его решения окончательные и они являются соединяющими прецедентами для публичных полномочий и всех органов [29].

В отличие от этого порядка, Конституция Бразилии от 5 октября 1988 года предусматривает возможность осуществления конституционного контроля судами общей юрисдикции [30], как в США. Однако Федеральный Верховный суд Бразилии может пересматривать в чрезвычайном апелляционном порядке решения, вынесенные судами первой инстанции, в следующих случаях:

- 1) когда решение противоречит положениям Конституции или букве договора или федерального закона;
- 2) когда возникает вопрос о соответствии федерального закона применительно к положениям конституции, а решение, на которое приносится апелляция, отрицает применение оспариваемого закона;
- 3) когда оспаривается соответствие закона или акта местного управления конституции или федеральным законам, а решение, на которое приносится апелляция, рассматривает закон или акт как действительный;

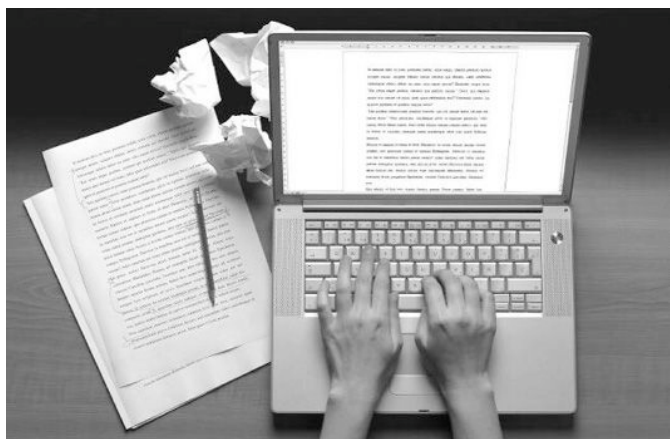
4) когда в решении, на которое приносится апелляция, дается иное толкование федерального закона, чем то, которое было ему дано каким-либо другим судом или самим Федеральным Верховным судом Бразилии. Тенденции развития законодательства в этих четырех странах были общими вследствие особенностей исторического развития. Они обусловили сходство их в части сложив-

шейся системы конституционного контроля.

Таким образом, функции "негативного законодателя", выполняемые органом конституционного контроля, присущи для любой из известных моделей его осуществления, они обладают общими чертами и одновременно опделённой спецификой, обусловленной построением внутригосударственной правовой системы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арановский К.В., Князев С.Д. Судьба судебного прецедента в романо-германском праве // Журнал конституционного правосудия. 2013. № 4. С. 30–39.
2. Гарнер Д. Великобритания: центральное и местное самоуправление. М., 1982. С. 27.
3. Bennion F. Statutory Interpretation. London, 1984. P. 21–59.
4. Кузнецов В.Ф. Судебная система Англии и России: сравнительный анализ // Вестник Челябинского университета. 2004. № 1. С. 66–71.
5. Salmond J. Jurisprudence. L. 1907. 288. Scottish Legal System.
6. Case 213/89, The Queen v. Secretary of State for Transport, ex parte : Factortame Ltd and others // European Court Reports. – 1990.
7. Матинян М.А. Место и роль закона в системе источников права Англии // Общество: политика, экономика, право. М., 2008. № 2. С. 150–163.
8. Бернам, У. Правовая система США. 3-й выпуск / У. Бернам. – М., 2006. – С. 478.
9. Фридман Л. Введение в американское право. М., 1992. С. 57.
10. Brest D. Congress as a Constitutional Decisionmaker // Georgia Law Review. 1986. № 1. P. 92.
11. Holmes O. Collected Legal Papers. Hartcourt, 1920. P. 296.
12. Поленина С.В. Судебный прецедент в Российской Федерации – реальность и перспектива // Представительная власть. 2002. № 5–6. с. 47–48.
13. Закон о Федеральном конституционном суде Германии (Bundesverfassungsgerichtsgesetz – BVerfGG) [электронный ресурс] // <http://www.gesetze-im-internet.de/bverfogg/> (дата обращения 01 июня 2014г.).
14. Маклаков В.В. Конституции зарубежных государств: Великобритания, Франция, Германия, Италия, Европейский Союз, Соединенные Штаты Америки, Япония, Индия. М., 2010. С. 189–190.
15. Constitution of the Italian Republic [электронный ресурс] // www.senato.it/documenti/repository/istituzione/costituzione_inglese.pdf (дата обращения 01 июня 2014г.).
16. Касас Баамонде М.Э. Испанский опыт // Вестник конституционного Суда Республики Беларусь. 2010. № 3. С. 127–131.
17. Конституция Испании 1978г. [электронный ресурс] // <http://vivovoco.rsl.ru/VV/LAW/SPAIN.HTM> (дата обращения 01 июня 2014г.).
18. Клишас А.А. "Процедура прямого ампаро": правовые основы организации и конституционно-правовой юрисдикции // Российский следователь. 2006. № 5. С. 58–64.
19. Конституция Швейцарии от 18 апреля 1999г. [электронный ресурс] // http://web.archive.org/web/20090609155832/http://constitution.garant.ru/DOC_3864915.htm (дата обращения 01 июня 2014г.).
20. Яг Т. Конституционные суды как "позитивные законодатели": опыт Швейцарии // Вестник конституционного Суда Республики Беларусь. 2010. № 3. С. 132–143.
21. Задворнянский Е.Э. Особенности правового статуса Верховного суда Израиля как органа судебного конституционного контроля. Дис. ... канд. юрид. наук. М., 2012. С. 19.
22. Эпштейн А.Д. Зачем Израилу конституционный суд? // Вести. 26 марта. 2002.
23. Эпштейн А. Социально-политические последствия укрепления статуса Верховного суда как главенствующей структуры в политической жизни страны // Современный Ближний Восток. 1999. № 8. С. 223–243.
24. Конституция Японии принята 3 ноября 1946г. [электронный ресурс] // <http://studyport.ru/yurisprudentsiya/konstitutsiya-yaponii-1947-goda> (дата обращения 18 июня 2014г.).
25. Конституция Бахрейна принята 14 февраля 2002 года [электронный ресурс] // <http://mykprz.ru/konstituciya-bahrejna-2002-rus/> (дата обращения 18 июня 2014г.).
26. Конституция Никарагуа принята 19 ноября 1986 года, [электронный ресурс] // La Gaceta. Diario oficial. Managua, enero 9, 1987, № 5. (дата обращения 18 июня 2014г.).
27. Конституция Боливии от 25 января 2009 года [электронный ресурс] // https://www.constituteproject.org/constitution/Bolivia_2009.pdf (дата обращения 18 июня 2014г.).
28. Конституция Доминиканской Республики от 10 января 1947 года [электронный ресурс] // <http://worldconstitutions.ru/?p=46> (дата обращения 18 июня 2014г.).
29. Конституция Доминиканской Республики от 26 января 2010 года [электронный ресурс] // <http://consultoria.gov.do/spaw2/uploads/files/Constitucion%202010.pdf> (дата обращения 18 июня 2014г.).
30. Конституция Бразилии принята 5 октября 1988 года [электронный ресурс] // <http://www.russobras.ru/constitution.php> (дата обращения 18 июня 2014г.).



НАШИ АВТОРЫ OUR AUTHORS

Batalova V. – Accountant, LLC "Formula of success", Krasnoyarsk city
e-mail : am_economica@list.ru

Bazhanov R. – Moscow financial industrial University "Sinergiya"
e-mail : r.s.bazhanov@gmail.com

Borisevich M. – Ph.D., head of "Public and civil discipline" Institute of Distance Learning VPO "MGIU"
e-mail : Borisevich_MM@list.ru

Buldakova D. – VPO "Perm State National Research University"
e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Drobot K. – Financial analyst, The avant-garde, Chita city
e-mail : am_economica@list.ru

Godin A. – Doctor of Economics, Professor, Finance University under the Government of the Russian Federation
e-mail : a.m.godin@mail.ru

Guliyeva S. – VPO "Perm State National Research University"
e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Harin I. – Surgut Institute of Economics, Management and Law (branch) VPO "Tyumen State University"
e-mail : harin_iv@list.ru

Ishmuratova A. – VPO "Perm State National Research University"
e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Kadashnikova E. – Accountant, LLC "ABC accounting", Ylianovsk city
e-mail : am_economica@list.ru

Ledentsova K. – VPO "Perm State National Research University"
e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Medvedeva E. – VPO "Perm State National Research University"
e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Munteanu N. – Surgut Institute of Economics, Management and Law (branch) VPO "Tyumen State University"
e-mail : harin_iv@list.ru

Ostapovich I. – Associate professor of the theory and history of state and law, candidate of jurisprudence, Gorno-Altaysk state universit
e-mail : yostapovich7@mail.ru

Pinyagina A. – VPO "Perm State National Research University"
e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Shakleina D. – VPO "Perm State National Research University"
e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Shevelev I. – Perm National Research Polytechnic University, Berezniki branch
e-mail : iliyashevelev@mail.ru

Vitovskaya E. – Academy of the Federal Penal Service (Ryazan), adjunct the faculty of Law / Kuzbass Institute of Law of the Federal Penal Service (Novokuznetsk), teacher of state-law
e-mail : Jane-vit@mail.ru

Voronkov A. – Graduate student of accounting and auditing, Voronezh State Agrarian University. Emperor Peter the Great
e-mail : alex.voronkov36@gmail.com

Zharkova M. – VPO "Perm State National Research University"
e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Zhiteleva E. – Economist, The Agency Analyst, Xabarovsk city
e-mail : am_economica@list.ru



Требования к оформлению статей, направляемых для публикации в журнале



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

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

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

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

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

Правила оформления текста.

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

Правила написания математических формул.

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

Правила оформления графики.

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

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