

**Учет, анализ, аудит: от теории к практике**

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**I МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ  
КОНФЕРЕНЦИЯ**

# **УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ**

**сборник научных трудов  
г. Нижний Новгород, 05.07.2015**

**г. Нижний Новгород**  
**Издательство НОО «Профессиональная наука»**  
**Учет, анализ, аудит: от теории к практике: сборник научных трудов I международной научно-практической конференции.**  
**Нижний Новгород: 05 июля 2015 г.**  
**Н. Новгород: НОО Профессиональная наука, 2015. 55 с.**

В материалах конференции даны 13 научных статей. В конференции приняли участие 20 учёных вузов, руководителей и специалистов организаций. Рассмотрены актуальные вопросы современного бухгалтерского, управленческого учета, экономического, финансового анализа и аудита. Для научных работников, преподавателей вузов, аспирантов, докторантов, слушателей курсов повышения квалификации работников высшего и среднего образования, руководителей и специалистов.

**Редакционная коллегия:**

**Краснова Н.А.** – к.э.н., доцент кафедры Финансов и банковского дела НОУ ВПО «Нижегородский институт менеджмента и бизнеса», главный редактор НОО «Профессиональная наука»

**Гонова О.В.** – доктор экономических наук, профессор. Зав. кафедрой менеджмента и экономического анализа в АПК (ФГБОУ ВПО “Ивановская государственная сельскохозяйственная академия им. академика Д.К. Беляева”, г. Иваново)

**Шаталов М.А.** – кандидат экономических наук. Начальник научно-исследовательского отдела (АНОО ВПО “Воронежский экономико-правовой институт”, г. Воронеж), зам. гл. редактора мульти-дисциплинарного журнала «Территория науки»

**Плесканюк Т.Н.** – кандидат филологических наук, доцент кафедры Иностранных языков (НОУ ВПО “Нижегородский институт менеджмента и бизнеса”), редактор НОО «Профессиональная наука».

**Материалы печатаются с оригиналов, поданных в оргкомитет, ответственность за достоверность информации несут авторы статей**

© НОО Профессиональная наука, 2015

## Оглавление

Секция 1. Бухгалтерский учет.....	4
И.Н. Афиногорова.....	4
РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ УЧЁТА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ ОРГАНИЗАЦИИ.....	4
И.М. Станчин.....	6
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И СТАТИСТИКА: СВЯЗЬ ДИСЦИПЛИН.....	6
В.В. Добросельский.....	10
РАСЧЁТ ЗАТРАТ НА УЧАСТИЕ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ВЫСТАВКЕ.....	10
А.М. Резяпова.....	12
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РАСХОДОВ НА ПРОДАЖУ В РОЗНИЧ НЫХ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ.....	12
Секция 2. Развитие управленческого учета.....	19
Н.А. Краснова.....	19
ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО И УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК.....	19
И.В. Смольянинова, А.Э. Ахмедов.....	23
ЗАТРАТЫ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	23
Секция 3. Экономический, финансовый, управленческий анализ.....	27
В.Н. Болдырев.....	27
ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОГО РАВНОВЕСИЯ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ.....	27
Е.В. Губанова.....	30
SWOT-АНАЛИЗ КАК ЭЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛИЗА ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	30
Р.Г. Гучетль.....	37
АНАЛИЗ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....	37
В.А. Тётушкин.....	40
АНАЛИЗ И СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СЕРВИСА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	40
Секция 4. Аудит, контроль и ревизия.....	46
В.В. Добросельский.....	46
СТАНДАРТЫ АУДИТА КАЧЕСТВА ОРГАНИЗАЦИИ: ISO 10011:1990.....	46
С.В. Мартынов.....	49
ПРОБЛЕМЫ ВНЕШНЕГО АУДИТА ТРЕЙДЕРОВ НА ВАЛЮТНОМ РЫНКЕ FOREX....	49
С.Ю. Мычка, М.А. Шаталов.....	51
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА АУДИТОРСКИХ УСЛУГ.....	51

# Секция 1. Бухгалтерский учет

УДК 657.3

И.Н. Афиногенова

*Воронежский экономико-правовой институт  
amista2007@rambler.ru*

## РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ УЧЁТА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ ОРГАНИЗАЦИИ

### DEVELOPMENT OF METHODS ACCOUNT OF INTANGIBLE ASSETS

**Аннотация:** в статье рассматриваются современные проблемы и направления совершенствования учета и инвентаризации нематериальных активов в организации.

**Abstract:** This article reviews current problems and ways of improving accounting and inventory of intangible assets in the organization.

**Ключевые слова:** бухгалтерский учет, нематериальные активы, интеллектуальная собственность, инвентаризация.

**Keywords:** accounting, intangible assets, intellectual property, inventory.

Признание интеллектуальной собственности товаром и нематериальным активом (НМА) повлекло необходимость учета этого актива и отражения в балансе предприятия. На практике возникает много неурегулированных правовыми нормами вопросов, связанных с определением стоимости НМА и методикой их учета. Международные и российские эксперты уделяют большое внимание совершенствованию учета НМА.

НМА отражаются в бухгалтерском учете, если они отвечают следующим критериям: не имеют материальной формы, могут быть идентифицированы, используются более года, могут приносить доход, имеют достоверно определенную стоимость и документальное оформление. При отсутствии какого-либо из этих критериев расходы по приобретению НМА списываются на расходы текущего периода.

Для бухгалтерского учета НМА классифицируют по группам и способам получения. Группа НМА (права пользования имуществом или природными ресурсами, авторские права и др.) определяет сферу его использования, например, внедрение инновационной технологии, внесение доли в уставный капитал. Способы получения НМА (создание силами организации, приобретение за денежные средства, в обмен на другие товары и т.д.) влияют на особенности установления первоначальной стоимости актива.

Учет каждой группы однородных по назначению и использованию НМА ведется на определенном субсчете. Достоверное определение первоначальной стоимости НМА в современных условиях имеет большое значение, т.к. стоимость НМА, принятых на баланс увеличивает стоимость предприятия, что влияет на определение суммы залога для получения займа, степень привлекательности для инвесторов и т.д.

НМА в условиях инновационного наукоемкого развития экономики являются основным активом предприятия, так, в частности, по их стоимости в странах западной Европы оценивается конкурентоспособность предприятия. Существуют различные подходы к оценке НМА: затратный, сравнительный и оценка прогнозируемой финансовой выгоды в результате использования НМА. Для бухгалтерского и налогового учета используется затратный метод оценки, который не отражает рыночную стоимость НМА, т.к. затраты не определяют полезность товара [2-3].

В целях совершенствования учета НМА их стоимость учитывается по рыночной цене при условии, что эта цена не меньше фактических затрат на создание НМА. Истинная учетная стоимость интеллектуальной собственности устанавливается с помощью независимой экспертной оценки. Срок полезного использования и метод амортизации НМА устанавливается организацией самостоятельно из условия получения максимальных выгод, но верхняя граница срока использования составляет 20 лет.

Совершенствовать учет НМА можно с помощью переоценки справедливой стоимости групп НМА, пользующихся спросом на активном рынке [1].

Несмотря на отсутствие материальной формы, необходимо проводить инвентаризацию НМА для контроля их сохранности. Инвентаризация преследует следующие цели [4]:

- сопоставление фактического наличия НМА с учетными данными, выявление излишков и недостачи в учете;
- проверка учетной стоимости НМА и, при необходимости, ее переоценка
- выявление и списание НМА, не соответствующих критериям учета.

По результатам инвентаризации производится корректировка учета НМА. В налоговом учете несоответствия, выявленные при инвентаризации, устраняются с помощью корректировки амортизационных отчислений. Для совершенствования учета НМА первоначально необходимо исследовать структуру предприятия и его активов, долю НМА в активах, динамику ее роста, виды НМА, перечень объектов учета, показатели эффективности использования НМА, состояние документации, соблюдение норм и правил начисления амортизации.

По результатам анализа вносятся коррективы в учетную политику организации по каждой группе НМА [5]:

- по методике определения первоначальной стоимости и проведения переоценки;
- по определению затрат на исследования и разработки;
- по методам амортизации и установлению срока полезного использования.

Для каждого вида НМА необходимо определить оптимальный метод оценки его стоимости и начисления амортизации. Например, для лицензий, веб-сайтов, баз данных рекомендуется затратный метод оценки стоимости, а для торговых марок и патентов – по прогнозируемой финансовой выгоде. Для торговых марок, баз данных и патентов рекомендуется производственный метод начисления амортизации, для лицензий – метод ускоренного уменьшения балансовой стоимости, а для веб-сайтов – прямолинейный метод.

Рекомендации по использованию метода амортизации разрабатываются в соответствии с основным фактором экономичности его использования. Таким фактором для метода производственной амортизации является периодичность использования НМА, для прямолинейного метода – срок полезного использования, для метода ускоренного уменьшения балансовой стоимости – остаточная стоимость объекта НМА.

Таким образом, роль совершенствования учета НМА возрастает по мере развития рыночной экономики. Современные автоматизированные формы бухгалтерского учета помогают решить

эту проблему. Достоверный учет НМА позволяет улучшить качество анализа результатов деятельности организации и разработать мероприятия эффективной инновационной деятельности при минимизации рисков и оптимальном использовании НМА – основы современного развития экономики.

Библиографический список

1. Ахмедов А.Э., Смольянинова И.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие. - Воронеж, 2009.
2. Васильев Ю. А. Годовой отчет - 2010. Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения: учебник для вузов / Ю. А. Васильев и др.; под ред. Ю. А. Васильева - М.: Консалтинговая группа АЮДАР, 2010.
3. Голубев Ф. Аудит эффективности использования нематериальных активов организации: аналитика и диагностика // Экономический анализ: теория и практика. 2011. № 21.
4. Шаталов М.А., Мешкова Т.Р. Учет и анализ использования трудовых ресурсов в системе менеджмента организации// Территория науки. 2014. № 3. С.79-86.
5. Шаталов М.А., Багирова Я.М., Патенкова В. А. Совершенствование методов учёта нематериальных активов// Территория науки. 2015. № 1. С. 174-177

УДК 657.1

И.М. Станчин

Воронежский экономико-правовой институт  
stanchin\_1941@mail.ru

### БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И СТАТИСТИКА: СВЯЗЬ ДИСЦИПЛИН

#### ACCOUNTING AND STATISTICS: COMMUNICATION DISCIPLINES

Аннотация: информационной основой, на которой базируется система управленческих решений предприятий, организаций, является бухгалтерский учет и отчетность. Формируемая на уровне предприятий, организаций бухгалтерская информация не исчерпывает своего функционального назначения на микроуровне. Обобщенные данные по формам, утвержденным Росстатом, представляется в статистические органы, которые агрегируют, обобщают и анализируют материал, основанный на бухгалтерской отчетности. Сведенные органами государственной статистики по группе однородных предприятий показатели имеют обратную связь, поскольку используются не только на макро-, но и на микроуровне. В этом состоит органическая связь дисциплин бухгалтерского учета и статистики.

Abstract: the information basis on which is based the system management solutions to enterprises, organizations, is accounting and reporting. Formed at the enterprise level, the organizations accounting information does not exhaust its functional purpose. Summary data on forms approved by the Rosstat statistics is that aggregate, summarize and analyze the material based on the financial statements. Submitted by State statistics for a group of homogeneous enterprises indicators are feedback, because used not only at the macro level, but also at the micro level. This is an organic link disciplines of accounting and statistics.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, информация, показатели, статистика, формы отчетности.

Keywords: accounting, information, indicators, statistics, reporting forms.

Оптимальное функционирование системы управления в финансово-экономической сфере предполагает не только адекватное отражение и представление ситуации, сложившейся в финансово-экономической сфере на любом уровне управления, но и принятие научно обоснованных решений, которые способны оздоровить экономику, финансы, наметить комплекс мер, направленных на развитие в перспективе. Одним из главных факторов, на основе которого может быть принято решение и осуществляться успешная экономическая деятельность как в текущем периоде, так и в перспективе, является объективное информационное обеспечение. В соответствии с функциональным назначением ведущая роль в аспекте информационного обеспечения на уровне предприятия, организации принадлежит системе бухгалтерского учета, на основании данных которого обобщаются результаты хозяйственной деятельности, формируется информация, необходимая для принятия управленческих решений, разрабатываются проекты, бизнес-планы и прогнозы. И это имеет большое практическое значение, а роль бухгалтерского учета в этом процессе трудно переоценить.

К юридической основе нормативного регулирования бухгалтерского учета в Российской Федерации, сложившейся к настоящему времени, относится многообразная и достаточно широкая база законодательных актов. Определяющими в её составе являются Закон Российской Федерации «О бухгалтерском учете», План счетов бухгалтерского учета, Положение по бухгалтерскому учету, другие законы и акты, обуславливающие ведение бухгалтерского учета, постановления правительства и указы Президента Российской Федерации, инструктивные предписания Министерства финансов Российской Федерации. Кроме того, следует учитывать и другие решения полномочных органов и властных структур, особенно отраслевого управления и на региональном уровне [1].

Методология бухгалтерской отчетности и регулирование бухгалтерского дела в Российской Федерации является прерогативой государственных органов управления. Такая постановка вопроса исключает двойственность определения понятий и ведения бухгалтерского учета, которая может возникнуть при сугубо ведомственном или отраслевом подходах, создает основу единого для страны методического подхода. Система бухгалтерского учета и ведения бухгалтерского дела в России отработана на протяжении длительного периода, оригинальна, проста и понятна для специалистов и пользователей. Поэтому предложения о переводе системы бухгалтерского учета в нашей стране на международные стандарты не выдерживают критики. Поскольку, например, в США нормативные документы по бухгалтерскому учету разрабатываются в основном профессиональными неправительственными организациями в соответствии с национальными бухгалтерскими стандартами и принципами, известными как «американский ГААП» (Generally Accepted Accounting Principles, GAAP).

Поэтому в Российской Федерации, бухгалтерский учет и отчетность, представляя собой единую гармонизированную и стандартизированную систему документальных показателей, которые формируются на основе учетной политики предприятия, включают критерии полноты, осмотрительности, приоритета содержания перед формой, непротиворечивости и рациональности. Организация, положения и правила современного бухгалтерского учета основываются на девяти принципах, которые позволяют очертить круг методических и методологических проблем полноты, достоверности и соответствия учета общепринятой практике.

Данные бухгалтерского учета и отчетности, полученные на основе применения девяти

принципов, представляют собой широкий спектр сведений, использование которых после сбора, обработки и анализа информации может служить руководству, специалистам предприятия, организации для оперативного руководства и управления, устранения возникших проблем и недостатков, а также для разработки мер по дальнейшему развитию бизнеса в перспективе. Таким образом, первым уровнем использования бухгалтерской информации является предприятие, организация, и, собственно говоря, формирование полной, всесторонней и достоверной информации о финансово-хозяйственной деятельности предприятия – это главная и основная задача бухгалтерского учета [2-4].

Однако, информация, разработанная для нужд предприятия в процессе производственно-хозяйственной деятельности по данным бухгалтерского учета и использованная для целей этого предприятия, организации, решив на микроуровне свои задачи, не исчерпала свою функциональную значимость. На следующем этапе бухгалтерская информация, отраженная в формах, разработанных Федеральной службой государственной статистики (Росстатом), обязательная для организаций, предприятий, представляется в установленные сроки органам государственной статистики по месту расположения отчитывающегося предприятия, организации.

Поэтому следующим этапом использования показателей, полученных на основе бухгалтерского учета и отчетности, является её выход на макроуровень через органы государственной статистики. Органы государственной статистики осуществляют сбор, обработку, объединение и анализ бухгалтерских показателей ряда предприятий, их свод и укрупнение в целях широкого использования на основе статистики, изучающей сложившиеся количественные и качественные закономерности и развития социально-экономических явлений общества во всем их многообразии.

Как самостоятельная научная дисциплина статистика реализуется через региональные органы государственной статистики, которые также проводят собственные исследования на основе специальных методологий и массовых статистических наблюдений, обрабатывает полученные материалы с применением методов группировок, средних и относительных величин, индексного и балансового, графических изображений, математической статистики и др. На данном этапе применительно к бухгалтерскому учету задача государственной статистики заключается в сборе, обработке, анализе и публикации статистической информации, полученной от предприятий и организаций в процессе статистического наблюдения. Именно государственная статистика, её органы на местах, сводя и обобщая данные по предприятиям, позволяют оценить общественную значимость бухгалтерского учета [5].

Для проведения анализа хозяйственной, экономической и финансовой деятельности на макроуровне, Органы государственной статистики осуществляя свод бухгалтерской информации на уровне предприятий, организаций, как правило, обрабатывают и представляют её в агрегированном виде в обобщающих аналитических таблицах, которые в дальнейшем могут быть использованы для проведения анализа хозяйственной, экономической и финансовой деятельности на микроуровне и макроуровне. И здесь основная задача по сбору, обработке и анализу агрегированной по предприятиям бухгалтерской информации принадлежит статистике. Главный орган государственной статистики Российской Федерации – Росстат разрабатывает и утверждает формы статистической отчетности, которые каждое предприятие, ведущее бухгалтерский учет, обязано представлять органам государственной статистики в установленные сроки.

Выводы.

- Бухгалтерская отчетность является основой формирования сведений по производственно-хозяйственной деятельности предприятия.
- Представленные органам статистики по утвержденным формам сведения, основанные на бухгалтерской отчетности, в агрегированном виде представляют собой ценнейшую информацию для принятия решений на региональном и государственном уровнях управления.
- Обобщенная статистическая информация возвращается организациям, предприятиям в виде статистических сборников, и на основе этих данных предприятия могут принимать решения по направлениям хозяйственной деятельности и развития.
- Движение информации бухгалтерского учета от частного к общему и возврат к частному составляют междисциплинарную практическую связь бухгалтерского учета и статистики.

### Библиографический список

- 1 Статистическая отчетность организаций, малых предприятий. – Юридическая и налоговая консультация онлайн. Адвокатское бюро А.Ф. Шмелева// <http://advocatschmelev.narod.ru>
- 2 Станчин И.М. Социально-экономическая статистика. Книга 1. Организация и методы формирования статистической отчетности: учебное пособие. – Воронеж: Воронежский ЦНТИ, 2013.
- 3 Станчин И.М. Социально-экономическая статистика. Книга 2. Статистические классификаторы и статистический регистр хозяйствующих субъектов: учебное пособие. - Воронеж, 2014.
- 4 Станчин И. М. Социально-экономическая статистика. Книга 3. Система национальных счетов: учебное пособие. - Воронеж, 2014.
- 5 Станчин И.М. Междисциплинарная связь бухгалтерского учета и статистики// Территория науки. 2015. № 1. С. 158-165

УДК 657.6: 339.138

В.В. Добросельский

Аспирант. Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» (г. Ялта)

[VVDobroselskiy@yandex.ua](mailto:VVDobroselskiy@yandex.ua)

## РАСЧЁТ ЗАТРАТ НА УЧАСТИЕ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ВЫСТАВКЕ CALCULATION OF COST OF PARTICIPATION IN TOURISM EXHIBITION

**Аннотация.** Для осуществления успешной деятельности на туристическом рынке, организации должны использовать множество способов, благодаря которым они смогут реализовывать свои услуги, тем самым продолжая оставаться на плаву. Одним из таких способов является участие организации в специализированных, туристических выставках. Важнейшим моментов организации выставочного мероприятия, в котором участвует туристическая организация, является расчёт затрат на участие в выставке, организацию стенда, привлечение клиентов и пр.

**Abstract.** To the success of the tourism market, organizations must use a variety of ways in which they can realize their services, thereby continuing to remain afloat. One way is to participate in specialized organizations, tourism exhibitions. The most important moments of the organization of the exhibition event, which involved tourist organization, is the calculation of the cost of participation in the exhibition, the organization of the stand, to attract customers and so on.

**Ключевые слова:** расчёт затрат на участие в выставке, маркетинговые коммуникации, выставочная деятельность, математическое моделирование.

**Key words:** calculation of the cost of participation in the exhibition, marketing communications, exhibition activities, mathematical modeling.

В себестоимость участия в туристической выставке включаются затраты направленные на подготовку и экспонирование предлагаемых услуг, на организацию выставочного стенда (монтаж, демонтаж, оснащение), затраты на персонал, а также оказание услуг посетителям, среди которых также могут быть партнёры по бизнесу. Так в большинстве случаев арендная плата достигает 15-20 % от общих затрат на выставку.

Одним из самых затратных моментов, в организации участия предприятия в выставке, является использование выставочной площади, под свой стенд. Так излишне закупленная площадь не приносит должной эффективности, в сравнении с затраченными на неё средствами. А экономия может быть чревата тем, что малая площадь стенда не способна вмещать необходимое количество персонала, или же рискует быть «недогружена» экспозицией. Так оценка площади стенда необходимой для нормальной работы на выставке, рассчитывается по формуле (1.1.):

$$S_c = S_n / (1 - K_{\text{э}}) \quad (1.1.)$$

$S_c$  – площадь стенда;

$S_n$  – часть от общей площади стенда, отведённая на работу представителей туристской организации;

$K_э$  – коэффициент площади занимаемой экспозицией туристской компании.

Площадь стенда, отведённая под переговоры, рассчитывается по формуле (1.2.):

$$S_c = \frac{N_э * K_n + \frac{N_k}{1 - K_0}}{nT} * S_1(1 + K_s) \quad (1.2.)$$

$S_c$  – площадь стенда, отведённая под переговоры;

$N_э$  – количество старых партнёров, ранее заключавших контракты, которые возможно будут учувствовать на выставке;

$K_n$  – коэффициент осуществлённых намерений работников стенда в отношении заказчиков;

$N_k$  – количество новых клиентов, привлечение которых во многом зависит от рекламы и прочих коммуникативных средств;

$K_0$  – коэффициент безрезультатных переговоров;

$n$  – число переговоров в расчёте на одного сотрудника в час;

$T$  – время проведения выставки (в часах);

$S_1$  – площадь работы одного стендиста;

$K_s$  – дополнительная площадь, занимаемая сотрудником, для работы с клиентами.

Получаемые в результате дробные величины, рекомендуется округлять, так любой организатор стенда будет способен рассчитать необходимую площадь, для участия своего предприятия в выставке.

После определения площади стенда необходимой для нормальной работы, нужно привезти оборудование и осуществить монтаж экспозиции. В среднем на эту процедуру у туристической организации, в среднем уходит 40-50 % средств, от общих затрат на участие в выставке. На демонтаж экспозиции уходят меньшие средства, это примерно 5-10% средств от общих затрат на участие в выставке. Также стоит учесть, что работы по монтажу и демонтажу стендов осуществляются в строго установленные сроки, поэтому организациям необходимо заранее позаботиться о временных ресурсах, своевременности выполнения этих мероприятий.

Расходы, затрачиваемые на рекламные носители и прочие средства коммуникации, занимают от 5 до 10 %. Иногда эта сумма может достигать более значительных показателей, от общей суммы средств затрачиваемых на выставочные мероприятия. Во многом она зависит от формата туристической выставки.

На представительские расходы туристическая организация в среднем затрачивает от 5 до 20%. В основном к ним относятся расходы на проведение приёмов посетителей. В основном это затраты на «буфетные» расходы, которые являются необходимым элементом в ходе переговоров с потенциальными клиентами и партнёрами.

Сказанное выше можно обобщить и дополнить тем, что при составлении общей сметы, на участие в туристической выставке, должны быть учтены четыре основных статьи расходов:

1. Прямые расходы;
2. Расходы на экспозицию;
3. Расходы на персонал;

### 4. Расходы на работу с посетителями.

К прямым расходам относится стоимость выставочной площади; монтаж и демонтаж стенда или же аренда модульного стенда (предоставляемого за плату организаторами выставок); оплата дизайнерам; освещение и прочие услуги.

К расходам на экспозицию стоит отнести расходы на постоянные средства (которые требуют дополнительного ухода, упаковки и перевозки), сюда также входит приобретаемое имущество для участия в выставке, а также затраты на «сборку» оборудования.

Расходы на персонал включают заработную плату, закупку необходимых комплектующих и техники, облегчающих работу персонала стенда.

К расходам на работу с посетителями следует относить расходы на «покупательский» каталог, буклеты, а также при возможности рекламу в специальной прессе, касающейся туристической тематики. На каталоги, буклеты и прочие информационные материалы следует выделить дополнительные средства, так как такие материалы нуждаются в дополнительном оформлении, в соответствии с туристической тематикой выставки. Также стоит учесть, что работа PR отдела туристической организации, должна быть согласована с организаторами выставки, и соответствовать общей атмосфере выставочного мероприятия.

Организации, принимающие участие в туристических выставках, должны заранее определить средства, затрачиваемые на участие в этих мероприятиях.

### Библиографический список

1. Бердышев С. Н. Организация выставочной деятельности: учебное пособие / С. Н. Бердышев. М.: «Дашков и К<sup>о</sup>», 2011. — 228 с.
2. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск: Новое знание, 2001. – 496 с.
3. Олвуд Д. Выставки: планирование и дизайн / Д. Олвуд, Б. Монтгомери. – Новосибирск: InterBook, 1991. – 154 с.
4. Ромат Е.В. Реклама: учебник / Е.В. Ромат. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.

УДК 631.4:631.874(571.15)

**А.М. Резяпова**

Уфимский институт (филиал) Российского экономического университета  
им. Г.В. Плеханова  
[aida\\_ufa@mail.ru](mailto:aida_ufa@mail.ru)

## СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РАСХОДОВ НА ПРОДАЖУ В РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

### SOCIO-ECONOMIC ESSENCE OF COST OF SALES TO RETAILERS

*Аннотация: В статье исследуются ключевые факторы, повлиявшие на развитие термина «расходы на продажу». Автором выделены два основных подхода (экономический и нормативный) и идентификации торговых расходов, преобладающих в современной российской учетно-*

аналитической среде. Статья направлена на анализ проблем систематизации затратной терминологии в системе управленческого учета. С этой целью рассмотрены отличительные признаки таких терминов как «издержки», «затраты» и «расходы». Для упорядочения теоретических аспектов рассматриваемой проблемы предлагается применение иерархического подхода к квалификации анализируемых понятий. Выделенные в статье основные критерии ранжирования экономических терминов способствуют лучшему пониманию механизмов формирования торговой себестоимости.

*Abstract: This article explores the key factors that influenced the development of the term «costs to sell». The author distinguishes two main approaches (economic and regulatory) identification of trade costs prevailing in modern Russian accounting and analytical environment. The article aims to analyze the problems of systematization expensive terminology in management accounting system. For this purpose, considered the distinctive features of terms such as «cost», «costs» and «expenses». To streamline the theoretical aspects of the problem suggests the use of a hierarchical approach to the qualification of the analyzed concepts. Dedicated to become the main criteria for the ranking of economic terms contribute to a better understanding of the mechanisms of formation of the trading costs.*

*Ключевые слова: расходы, расходы на продажу, затраты, издержки, управленческий учет.*

*Keywords: costs, sales, expenses, costs, management accounting.*

Анализируя эволюцию в области терминологии в части торговых расходов, следует отметить, что «само понятие «накладных расходов» появилось в конце XIX – начале XX века. На тот момент под указанным термином понимались «общие расходы» [4]/121/. В практике бухгалтерского учета накладные расходы учитывались в общем виде на одноименном счете. В дальнейшем в структуре общих накладных расходов было принято выделять расходы непроизводительного характера, включающие в себя среди прочих факторов также «расходы на продажу». Отметим, что в то же время М. Счепези полагал, что этот вид расходов необходимо корректировать с учетом их переменной и постоянной составляющих. Он уделял особое внимание этой статье расходов и предлагал организацию их обособленного учета в общей массе административных расходов.

Отечественная практика бухгалтерского учета того времени была ориентирована в основном на концепцию периодического списания общей величины накладных расходов на счет «Прибыли и убытки». Противоположная точка зрения на эту проблему отвергала целесообразность отражения изучаемой категории расходов на счете финансовых результатов, так как собственно убытками организации они не в коей мере не являются. В частности, Л. Гомберг полагал, что накладные расходы следует учитывать на специально выделенном для этой цели счете «Эксплуатация предприятия».

Еще одна характерная особенность этого периода заключается в том, что, по сути, накладные расходы ассоциировались исключительно с понятием косвенных расходов. «Тождество понятий накладных и косвенных расходов воспринималось как нечто естественное. Особых отличий между ними в экономической литературе того времени представлено не было» [4]. Одновременно признавался неоднородный характер накладных расходов, позволяющий выделить в их общей совокупности расходы, изменяющиеся в различных пропорциях к производству и совершенно не изменяющиеся.

Нельзя не отметить, что именно в это время зародилась действующая практика обязательного использования номенклатуры накладных расходов в бухгалтерском учете промышленных организаций. Каждому виду расхода присваивался определенный номер. Этот принцип действует и в современном бухгалтерском учете.

Мы считаем, что в нашей стране советский этап развития отечественной экономики внес значительный вклад в развитие теории и практики бухгалтерского учета расходов на продажу. В частности, действующие в этот период нормативные документы четко разграничили понятие торговых и административных расходов. Таким образом, начиная с 1927, была признана экономической самостоятельностью понятия «торговые расходы».

Долгое время на этом этапе теоретической основой для отнесения процесса снабжения к особой отрасли производственной сферы являлось учение о двух видах процессов в сфере обращения.

Считалось, что одна часть процессов обращения имеет целью простое изменение формы стоимости, то есть подготовку и осуществление акта купли-продажи, другая предполагала перевод стоимости из одной ее формы – товарной в другую – денежную. Из этого формулировался вывод о том, что эти процессы и вызываемые ими расходы являются результатом товарного характера производства, никакой новой стоимости они не создают. Как отмечал К. Маркс, «Общий закон заключается в том, что все издержки обращения, вытекающие лишь из превращения формы товара, не прибавляют к нему никакой стоимости» [12].

В большой советской экономической энциклопедии этого периода издержки обращения были определены как совокупность расходов, связанных с процессом обращения товаров. Аналогичное определение используется и в современных энциклопедических изданиях [1, 5, 11, 15 и т.д.].

Современная экономическая точка зрения на проблему издержек отталкивается в первую очередь от рыночных факторов, определяющих величину и интенсивность предпринимательского дохода. Отсюда, преобладание акцента на альтернативном характере издержек, выражающееся в том, что экономические издержки ресурса, выбранного для производства товара, равны его стоимости и (ценности) при наилучшем (из всех возможных) варианте его использования. Рассматриваемый подход предполагает поиск наиболее оптимальной схемы использования имеющихся ресурсов: оценки возможного альтернативного потребления издержек организации, обеспечивающего более высокую доходность бизнеса. При этом экономические (альтернативные) издержки классифицируются на внешние (явные) и внутренние (неявные). Они рассматриваются в качестве эквивалента тех денежных выплат, которые были бы получены за самостоятельно используемый ресурс при оптимальном его применении. Каждое из представленных определений имеет свою аргументированную доказательную базу и, как нам представляется, разносторонне характеризуют понятие «издержек» взаимно друг друга дополняя.

В настоящее время, в силу некоторых изменений в действующем законодательстве, произошедших после 2000 г., термин «издержки обращения» в учетно-информационном пространстве практически не употребляется: его заменили понятием «расходы на продажу». Тем не менее в управленческом учете по отношению к расходам смысловое единообразие отсутствует: наряду с превратившимся в чисто нормативный термин «расходы» применяются также термины «затраты» и «издержки». В связи с этим, на наш взгляд, целесообразно выделять нормативный и экономический подходы к определению данных понятий. Нормативный подход отражает законодательную позицию относительно сущности перечисленных понятий [10, 13, 14]. В свою очередь экономический подход подразумевает толкование расходов, затрат и издержек с иных позиций, в частности, позиций управленческого учета [2, 5, 6, 8, 9, 11, 15 и др.].

В современной экономической литературе, согласно общепринятой точке зрения, смежным понятием, балансирующим между затратами и расходами, признаются «издержки». Под издержками, в частности, понимаются выраженные в ценностных, денежных измерителях текущие затраты на производство продукции [2, 3, 6, 15 и др.]

р.]. Проведенные исследования дают основание полагать, что в случае с издержками возникает смешение понятий. В частности, издержки в данном случае представляют собой затраты, а в некоторых случаях их квалифицируют как расходы. По нашему мнению, такой подход можно оспорить, поскольку по определенным критериям данные понятия не всегда могут быть классифицированы как синонимичные. Например, в периодической литературе можно встретить рекомендации по использованию издержек в качестве характеристики затрат (или расходов) в натуральных измерителях.

Мы полагаем, что для объективной квалификации расходов, затрат и издержек для целей управленческого учета следует установить их экономические составляющие. Это позволит систематизировать их учет, посредством правильно выстроенной иерархии, анализируемых понятий.

Рассуждая о месте в предлагаемой системе ранжирования затрат и расходов, нам представляется разумным применить критерии, утвержденные нормативными документами (ПБУ 10/99 и НК РФ). Например, ограничители, используемые НК РФ для выделения расходов, не участвующих в налогообложении, целесообразно установить в качестве условия, отличающего состав расходов и затрат. В результате в предлагаемой иерархии, по нашему мнению, термин «издержки» (I уровень) является обобщающим понятием, включающим в себя затраты (II уровень) и расходы (III уровень) организации.

Традиционно издержки подразделяются по своему экономическому содержанию на издержки производства и издержки обращения. Издержки производства – это выраженные в денежной форме затраты живого и овеществленного труда, торговых предприятий и организаций по изготовлению товаров (работ, услуг). А под издержками обращения понимаются затраты, непосредственно связанные с доведением изготовленной продукции до потребителя, с изменением формы стоимости и превращением товарной формы продукта в денежную.

В Методических рекомендациях по учету издержек обращения сказано, что в состав издержек обращения и производства включаются расходы организаций торговли, возникающие в процессе движения товаров до потребителей, а также расходы, связанные с выпуском и реализацией продукции собственного производства и продажей покупных товаров. С этой позиции понятие расходов можно расценивать в качестве составной части издержек обращения, а значит и как более узкое. Стоит также отметить, что термин «издержки обращения» был отменен вместе с Методическими рекомендациями по учету издержек обращения, а значит, они вступают в противоречие с ПБУ 10/99 и НК РФ, так как других нормативных документов, определяющих издержки обращения, на сегодняшний день не существует.

Издержки обращения тесно связаны с себестоимостью выпускаемой продукции. Под себестоимостью продукции, работ услуг понимаются выраженные в денежной форме затраты всех видов ресурсов, используемых непосредственно в процессе изготовления продукции и выполнения работ. Основное отличие издержек обращения от себестоимости в промышленности заключается в том, что в них отсутствует стоимость закупаемых товаров, то есть торговые организации закупают уже готовые товары, затрачивая ресурсы только на доведение их до потребителей. Расходы, не включаемые в издержки обращения, покрываются из прибыли, остающейся в распоряжении торговой организации.

В связи с этим здесь уместно заметить следующее. Современные тенденции в развитии затратных технологий сетевых розничных торговых организаций, проанализированные в первой главе на

стоящего исследования, а также трансформация калькуляционных моделей, о которых упоминал ось нами выше, позволяют утверждать, что назрела серьезная необходимость в корректировке научных взглядов на структуру себестоимости товаров. Если раньше основное внимание уделялось себестоимости обращения товаров, то в настоящее время речь следует вести, по нашему мнению, о полной торговой себестоимости, которая должна включать в себя помимо расходов на продажу также покупную стоимость приобретаемых для последующей реализации товара. Другими словами, мы считаем, что необходимо выделять покупную себестоимость, себестоимость обращения товаров и торговую себестоимость (Рисунок). Мы считаем, что в организациях сетевой розничной торговли для организации максимально эффективного калькулирования целесообразно различать удельную и совокупную торговую себестоимость.

Удельная торговая себестоимость необходима для суммарной оценки расходов, понесенных торговой организацией с целью доведения до конечного потребителя конкретной товарной единицы (товарная группа, товарная категория) за определенный период времени. В данном случае выбор единичного калькуляционного объекта, периода времени будет зависеть от информационных потребностей организации, закрепленных в соответствующем внутрифирменном стандарте. Здесь уместно, отметить, что товарная единица может носить как укрупненный, так и максимально раздвоенный характер. В свою очередь совокупная торговая себестоимость целесообразна для калькулирования всех расходов, осуществленных розничной организацией для доведения общей товарной массы до конечного потребителя. Отсюда логично вытекает необходимость в выделении удельных и совокупных показателей себестоимости обращения товаров и покупной себестоимости

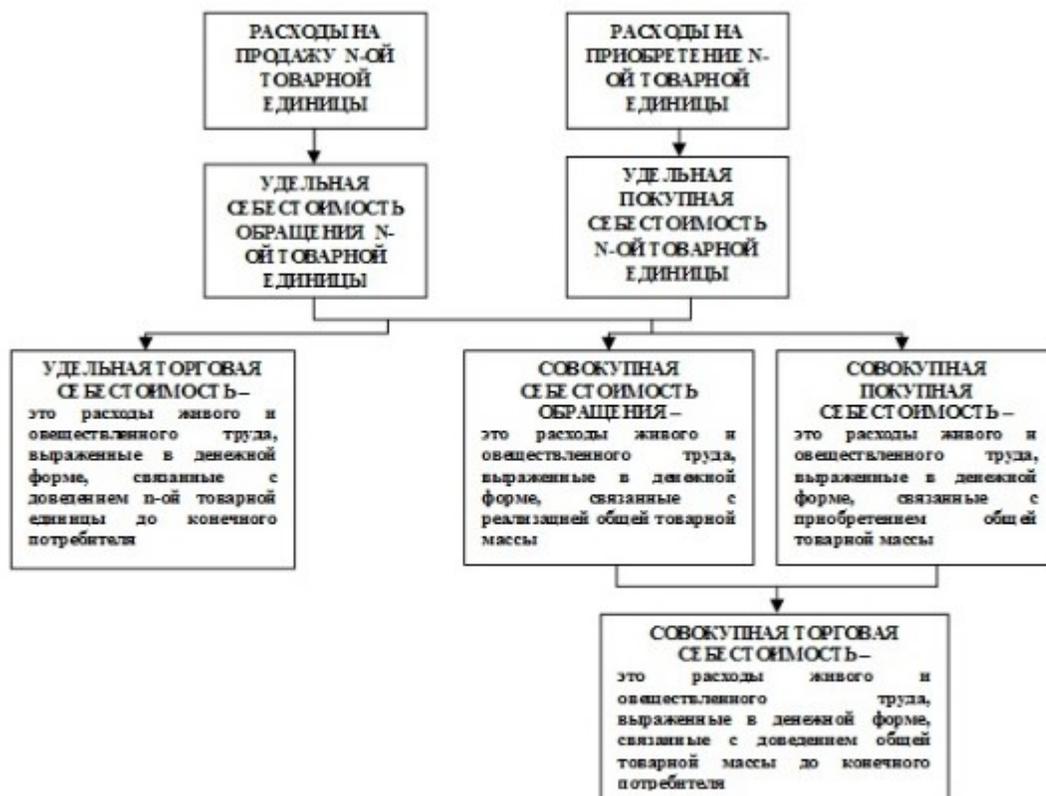


Рисунок - Структура совокупной торговой себестоимости, формируемой в организациях сетевой розничной торговли

В статье 320 НК РФ содержится еще одно понятие, употребляемое наравне с рассматриваемыми терминами – расходы на реализацию (продажу). Здесь закреплено, что налогоплательщики, осуществляющие оптовую, мелкооптовую и розничную торговлю, формируют расходы на реализацию (издержки обращения) с учетом некоторых особенностей. Из этого следует, что расходы на продажу – понятие законодательное и трактуется кодексом как равнозначное издержкам обращения.

Под расходами на продажу в общем виде понимают затраты материальных, денежных и трудовых ресурсов, связанные с движением товаров от производителя к потребителю. К ним относят затраты, которые связаны с процессом обращения товаров. С другой стороны, они включают в себя затраты, связанные с продажей продукции, осуществлением работ, оказанием услуг, оплачиваемые поставщиком.

Данное определение, на наш взгляд, неадекватно отражает суть расходов на продажу. Учитывая отличительные и сходные черты понятий расходы, затраты, издержки, издержки обращения, себестоимость и расходы на продажу, можно сформулировать понятие расходов на продажу следующим образом: расходы на продажу – это обоснованное и документально подтвержденное выбытие в течение отчетного периода активов организации, связанное с осуществлением расходов (затрат) по доведению товаров до конечного потребителя, с целью извлечения экономической выгоды. С точки зрения калькуляционных процессов, по нашему мнению, они представляют себестоимость обращения товаров. В свою очередь, в сумме с покупной себестоимостью товаров анализи

руемые расходы образуют полную торговую себестоимость.

### Библиографический список

1. Брагин Л.А. Экономика торгового предприятия: Торговое дело – М.: ИНФРА, 2008. – 314 с.
2. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет // 7-е изд. – М.: Омега-Л, 2009. – 570 с.
3. Википедия. Свободная энциклопедия - [Электронный ресурс] – Режим доступа: [/http://ru.wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org).
4. Воропаева М.В. Управленческий учет расходов на продажу в промышленности – дисс. канд. экон. наук. – М., 2004.
5. Галкина Е.В. Управленческий учет расходов на продажу в организациях оптовой торговли - дисс. канд. экон. наук – Орел, 2003.
6. Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник //3-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр, 2011. – 618 с.
7. Издержки обращения// БСЭ - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://bse.scilib.com/article051264.html>.
8. Карпова Т.П. Управленческий учет: Учебник для вузов – М.: ЮНИТИ, 2004. – 351 с.
9. Константинов В.А., Генюкер М.Э., Алимов С.А. Грамотное использование понятий расходы, затраты и издержки в формировании основ внутренней учетно-аналитической системы для промышленных предприятий // Управленческий учет – № 2, 2006. – с. 42-47
10. Концепция бухгалтерского учета в рыночной экономике России. Одобрена Методологическим советом по бухгалтерскому учету при МФ РФ, Президентским советом ИПБ РФ 29.12.1997 г.
11. Либерман К.А. Учет расходов на продажу товаров // Российский бухгалтер – № 3, 2007.
12. Маркс К. Капитал //Полн. собр. соч. 2-ое изд. - т. 4 с. 219-230.
13. Налоговый кодекс РФ. Часть II от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ. Принят ГД ФС РФ 19.07.2000 г.
14. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99. Утверждено приказом МФ РФ от 6 мая 1999 г. № 33н, в ред. приказов МФ РФ от 30.12.1999 г. № 107н и от 30.03.2001 г. № 27н.
15. Хамидуллина Г.Р. Издержки обращения: учет, анализ, контроль // 2-е изд., перераб. и доп. – М.: «Экзамен», 2004. – 336 с.
16. Яндекс. Словари. Современный экономический словарь - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru>.

## Секция 2. Развитие управленческого учета

УДК 380

Н.А. Краснова

ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет»  
[mail@nkrasnova.ru](mailto:mail@nkrasnova.ru)

### ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО И УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК

Несмотря на широкий диапазон работ зарубежных и отечественных ученых в области инновационного процесса, в работах не прослеживается динамика развития сельскохозяйственных предприятий с учетом инновационного прироста, не раскрыт механизм межотраслевого обмена знаний, не рассмотрены особенности информационно-аналитической, учетно-аналитической поддержки процесса инновационной деятельности в сельском хозяйстве.

Как показывают данные статистики, колоссальные финансовые и человеческие ресурсы, выделяемые высокоразвитыми странами на научные исследования и разработку, позволили достичь высочайших результатов по большинству научных позиций аграрной экономики, но натолкнулись на проблему восприимчивости нововведений. Исследования показывают прямые связи между затратами на исследования НИОКР и восприимчивости инноваций. Также статистические данные показывают, что государственная поддержка с каждым годом увеличивается, а следовательно и увеличивается контроль за движением бюджетного финансирования, оптимизируются затраты. Важная роль в данном процессе принадлежит учетно-аналитической системе сельскохозяйственного предприятия.

В отрасли сельского хозяйства научные теории и стандарты действующей методологии учета определяют переход в его развитии в русле теоретической преемственности. Учет в сельском хозяйстве начинает свое формирование с появлением в жизни общества таких видов деятельности, как земледелие и скотоводство. Методы учета первоначально использовались в древнем Египте и вавилонской империи около 3500 г. до н.э. Становление счетов началось на глиняных табличках в Вавилонской Империи и на папирусе в древнем Египте. Исследователи обнаружили, что учет счетов храмов и банков уже велся в древней греческой цивилизации. В эпоху древнего Рима система учета стала более функциональной: счета активов, а именно денег, зерна и скота были записаны в отдельных книгах.

Метод двойной записи был разработан в работе Луки Пачоли «Summa Arithmetica» (1494). Кроме того, зачатки современного учета встречаются в книге под названием «Risale-i Felekiyye/Китаб нас Siyagat'» (1363), написанной Абдуллой ибн Мухаммед ибн Кия Аль Мазандарани.

Развитие учета в сельском хозяйстве началось еще 4000-2000 гг. до н.э. Так артефакт из шумерской эпохи в виде глиняной таблички, на которой велись записи сельскохозяйственной

продукции, воспринимается исследователями как свидетельство для управления запасами. Развитие сельскохозяйственной практики учета оказалось довольно застойным до средневекового периода.

В XVIII веке, помимо финансовых методов учета, используемых в различных странах мира, сельскохозяйственный учет сочетался с планированием предприятия. В рамках этой системы для облегчения управления предприятием и выявления годовой прибыли убыточных позиций первоначально учет осуществлялся Артуром Юнгом между 1773-1779 гг. в Великобритании. А.Юнг использовал метод двойной записи для его собственного предприятия. К концу XVIII века Альбрехт Д. Таер, В. Говард Герман и Фридрих Аэробе, будучи впечатленными работой Юнга, сделали косвенный вклад в развитие сельскохозяйственного учета путем внедрения его аспектов в Германии. После успешного становления учета в сельском хозяйстве в Германии, учет начал распространяться по всей Европе. К примеру, в сельском хозяйстве Франции применение двойной системы бухгалтерского учета пропагандировалось Л. Ф. де Казо. Он выделял для отрасли специальные синтетические счета: «Поле», «Урожай», «Стадо», «Постройки и инвентарь (основные средства)». Учет в сельском хозяйстве также начали применять в Соединенных Штатах Америки вскоре после успешного европейского опыта. Эндрю Босс и его коллеги способствовали применению учета на сельскохозяйственных предприятиях США. В 1890 году в штате Миннесота был инициирован метод учета затрат в сельском хозяйстве, известный как «Система Миннесоты». Процессу развития учета в сельском хозяйстве Соединенных Штатов способствовали исследования и практические разработки Томаса Н. Карвер, Карла Е. Лэдд, Ф.В. Пек, Н.С.Тейлора .

В России исторически сложилось так, что сельское хозяйство много веков определяло ее жизнь. Однако вопросов, связанных с организацией учета, не возникало до того момента, когда получило развитие товарное хозяйство в XVIII в., чему способствовало возникновение крупных поместий. Особенности организации бухгалтерского учета затрат крупных поместий в сельском хозяйстве в царской России заключаются в следующих моментах:

1. Методология учета заключалась в инвентаризации людей и ценностей, а ревизию и контроль за действиями управителей вели священники.

2. Учет велся с помощью книжной системности. Учет отработанного времени велся через поименную табельную систему. Учетная документация включала полевую тетрадь, хлебную, домовую тетрадь, третрадь учета поборов и последнюю тетрадь, куда попадались прочие сведения.

3. Учет заработной платы велся табельным способом и ежедневным расчетом чеками.

4. Калькуляция затрат заключалась в распределении затрат на смежные и косвенные. Существовало два способа: все косвенные затраты сразу относились на счет убытков и прибылей или пропорционально выбранной базе распределения.

5. Правильная оценка готовой продукции зависела от оценки затрат, для чего календарный год заменяли сельскохозяйственным циклом, который позволял верно определять финансовые результаты.

Основными центрами сельскохозяйственного производства в СССР были колхозы и совхозы. В учете затрат действовал отраслевой (цеховой) принцип управления. Его сущность заключалась в том, что вместо многоотраслевых отделений (ферм) создавались подразделения – цеха, специализированные на производстве однородной продукции, во главе с главным специалистом: главный агроном руководил цехом растениеводства, главный зоотехник – цехом животноводства и т.д. В этих условиях исключалась обезличка, повышалась ответственность

членов бригад, звеньев за урожай и т.д.

На современном этапе становления учета затрат в сельском хозяйстве основной его целью является своевременное и достоверное отражение суммы фактических затрат, исчисление себестоимости произведенной продукции, контроль за использованием в процессе производства материальных и иных ресурсов [1].

Сельскохозяйственные предприятия обладают определенными характеристиками, которые дифференцируют их от остальной части предприятий, что привело к целому ряду трудностей в процессе учета. Бухгалтерский учет на сельскохозяйственных предприятиях характеризуется рядом особенностей, отражающих специфику отрасли. Это вызвано естественным фактором: процесс производства связан с землей и живыми организмами, а также социальным фактором – в сельском хозяйстве возможны разные организационно-правовые формы предприятий.

Выделяют следующие особенности бухгалтерского учета на сельскохозяйственных предприятиях, а также связанные с ними проблемы и задачи.

1. Главным средством производства в сельском хозяйстве является земля, поэтому необходим бухгалтерский учет земельных угодий и финансовых вложений в них. При организации и ведении учета земель в сельском хозяйстве земельные угодья отражают в натуральных показателях (гектарах), в денежном выражении показывают дополнительные (в качестве капитальных) вложения и покупные земли.

2. Специфика бухгалтерского учета в агропромышленном секторе обусловлена неодинаковой природой отраслей сельского хозяйства (растениеводство, животноводство, вспомогательное производство и т.д.) и соответственно происходящими в них изменениями (посев, оприходование урожая, прирост живой массы, приплод и пр.).

3. Зависимость сельскохозяйственных предприятий от времени года и климата: каждый сельскохозяйственный производственный процесс требует определенных конкретных условий, касающихся выращивания, сбора урожая. В определенные периоды агропредприятие работает интенсивно, в то время как в течение остальной части года предприятие находится в состоянии простоя. Поэтому определенные трудности в оценке стоимости появляются из-за избыточной занятости, сезонных факторов неопределенности и межсезонья. Эти факторы должны рассматриваться при построении системы бухгалтерского учета.

4. Зачастую от одной культуры или одного вида скота получают несколько видов продукции. Это приводит к необходимости разграничения затрат в бухгалтерском учете.

5. Производство сельскохозяйственной продукции – длительный процесс, иногда оно занимает более одного календарного года. По некоторым сельскохозяйственным культурам и животным затраты осуществляются в текущем отчетном году, а продукцию получают только в следующем отчетном году (озимые зерновые культуры, откорм молодняка крупного рогатого скота и др.). По этой причине в учете затраты разграничивают по производственным циклам, не совпадающим с календарным годом: затраты прошлых лет под урожай текущего года, затраты текущего года под урожай будущих лет и затраты текущего года под урожай этого же года.

6. Часть продукции собственного производства поступает на внутривозвращенное потребление (внутренний оборот): продукция растениеводства – на семена, корм скоту, в переработку; продукция животноводства – на удобрения в растениеводстве, корм скоту. В связи с этим необходимо четкое отражение движения продукции на всех этапах внутривозвращенного оборота.

7. Сложности в определении основных и оборотных средств предприятия касаются в

основном животноводческой отрасли.

8. На малых аграрных предприятиях, КФХ, в которых работники и являются собственниками предприятия, участниками производственного процесса и потребления, остро стоит вопрос распределения дохода.

В современных условиях, когда предприятиям дана самостоятельность в разработке своих производственных программ, планов, в определении стратегии в области ценовой политики, существенно возрастает ответственность руководителей за принимаемые управленческие решения. Для принятия управленческих решений руководителям низовых подразделений необходима текущая ситуация. Анализ текущих показателей, в первую очередь затрат и результатов, помогает определить, что происходит в организации в настоящее время, какова динамика ее развития.

Но на большинстве российских сельхозпредприятий управленческий учет либо развит слабо, либо не ведется совсем. Сельхозпроизводители и фермеры не уделяет должного внимания его ведению, поскольку они слабо информированы о преимуществах, которые дает управленческий учет [2]. Помимо этого сама отрасль в целом слишком консервативно воспринимает любые изменения. В связи с этим отечественное сельское хозяйство значительно уступает по своей эффективности западному. Также основные проблемы в сфере управления сельскохозяйственными предприятиями, как правило, вытекают из неполноты информации для принятия решений. Так всякое управленческое решение должно базироваться на достоверной, правдивой, своевременной и полной учетной информации, которая в свою очередь требуют применения научного подхода и развития методических основ управленческого учета и анализа.

В силу особенностей учета в сельском хозяйстве, а также принимая во внимание особенности инновационного процесса в АПК, управленческий учет является по сути выходом из сложившейся ситуации благодаря эффективному ведению производственной деятельности в сельском хозяйстве, выявлению и мобилизации внутренних резервов в производстве, что является одной из самых актуальных задач любой сельскохозяйственной организации. Управленческий учет оказывает непосредственное влияние на результативность инновационной деятельности организации и выступает в качестве её внутренней информационной системы, которая:

- обеспечивает принятие адекватных управленческих решений руководством экономических субъектов;
- повышает их качество и оперативность;
- позволяет анализировать различные хозяйственные ситуации;
- позволяет контролировать и планировать результаты инновационной деятельности;
- позволяет оценивать вклад каждого структурного подразделения в достижение конечного финансового результата в инновационном процессе.

### Библиографический список

1. Грицков С.В. Особенности современных моделей инновационной деятельности за рубежом. - Вестник Алтайского государственного аграрного университета № 5 (67), 2010
2. Насырова А.Д., Формирование рациональной системы управленческого учета по центрам ответственности в сельскохозяйственном производстве. - автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук

УДК 338.58

И.В. Смольянинова, А.Э. Ахмедов

Воронежский экономико-правовой институт  
[amista2007@rambler.ru](mailto:amista2007@rambler.ru)

## ЗАТРАТЫ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА ПРЕДПРИЯТИЯ

### PRODUCTION COSTS IN MANAGEMENT ACCOUNTING SYSTEM ORGANIZATIONS

Аннотация: в статье рассматриваются современные методы учета затрат на производство а также предлагаются направления совершенствования их учета условиях жесткой борьбы за конкурентные преимущества.

Abstract: This article reviews current methods for accounting of production and suggests ways of improving their accounting a tough struggle for competitive advantage.

Ключевые слова: затраты, бухгалтерский учет, производство, нормирование, издержки.

Keywords: costs, accounting, production, regulation, expenses.

В условиях жесткой борьбы за конкурентные преимущества отечественные предприятия объективно вынуждены пересматривать существующие внутренние организационные структуры, методы ведения и учета бизнес-деятельности на основе современных методик менеджмента. Речь идет о повышении эффективности структурных подразделений, их вклада в конечный результат деятельности предприятия. Поскольку основным направлением эффективного ведения бизнеса является обеспечение его доходности на любой стадии жизненного цикла, структурные подразделения обязаны уделять пристальное внимание уровню и качеству своих расходов, оказывающих непосредственное влияние на результат их деятельности.

Одним из важнейших условий решения этой проблемы является новый подход предприятий к сбережению и эффективному использованию ресурсов, основанный на применении прогрессивных технологий на всех этапах производства продукции. Залогом успешного развития и повышения конкурентоспособности предприятий становится управление расходами, решающим условием которого выступает эффективная система управленческого учета, априорно ориентированная как на текущее, так и на стратегическое развитие предприятия [1; 10].

Эффективное осуществление учета расходов возможно на основе разработки и внедрения современных методик учета, контроля и анализа, формирующих его учетно-аналитическое обеспечение.

Необходимость формирования новых подходов к организации учетно-аналитического обеспечения расходов и недостаточная разработанность его методического обеспечения в учете, контроле и анализе обусловили выбор темы исследования в настоящей статье.

В этой связи управленческое решение рассматривается нами как выбор наиболее приемлемой для предприятия в текущих условиях альтернативы из всего набора имеющихся данных. При этом большое количество управленческих решений в области производства и сбыта (принимать

или не принимать дополнительный заказ, установление нижней границы цены, определение безубыточного объема производства) основано на динамическом поведении затрат. Экономическая модель выделяет несколько типов поведения производственных затрат при изменении объемов производства.

Анализ литературы в сфере анализа и учета затрат выявил следующие методики учета издержек производства [2; 5; 7; 9; 11]:

1. Метод технологического нормирования. Состоит в последовательном анализе технологической цепочки предприятия и всех видов побочной и вспомогательной деятельности, выявлении наиболее экономичного и продуктивного способа выполнения операций и расчете технологических и затратных нормативов по каждой из операций. Одновременно с составлением технологических спецификаций, отражающих минимально необходимые затраты производственных ресурсов, производят таксировку затрат, при этом стоимостная оценка складывается из постоянной и переменной составляющих.

2. Метод анализа счетов. Состоит в классификации всех затрат, совершаемых предприятием, на три категории: переменные затраты, постоянные затраты, смешанные затраты. Анализ счетов в небольших компаниях может проводиться путем выборки из регистров финансового учета; средние и крупные предприятия обычно осуществляют деление затрат в аналитическом учете подсистемы управленческого учета. Для этого могут быть разработаны специальные формы учетных регистров, информация в которые заносится из первичных документов, фиксирующих затраты производственных ресурсов.

3. Визуальный метод. Обычно используется в качестве вспомогательного инструмента при установлении зависимости между разделяемыми затратами и показателем, который предположительно определяет поведение затрат. Суть метода состоит в графическом отображении значений разделяемых затрат и показателя, на основании которого производится разделение затрат, в динамике за достаточно длительный период. Использование метода позволяет как предположить характер зависимости (линейная, нелинейная), так и подтвердить или опровергнуть гипотезу о существовании тесной связи между изучаемыми показателями. Точность метода зависит от качества исходной выборки – необходимы данные за достаточно длительный период; одновременно интервал, в пределах которого наблюдается каждое из значений (точка на графике), должен быть предельно сжатым.

4. Метод регрессионного анализа. Суть метода – построение статистической модели для установления зависимости среднего значения зависимой переменной от значения одной или нескольких независимых переменных. Для расчета линейной зависимости обычно используют метод наименьших квадратов. Метод регрессионного анализа позволяет как построить уравнение зависимости, так и оценить погрешность расчета вычислением дисперсии.

5. Метод абсолютного прироста (метод высшей и низшей точек, метод минимакса). Является самым упрощенным методом и обычно используется для первоначальных расчетов общего характера, а не для долгосрочного прогнозирования. Суть метода – выявление зависимости между изучаемыми показателями путем анализа крайних значений независимой переменной в выборке. Метод приемлем и дает относительно точные результаты только при использовании сопоставимых данных за достаточно длительный период времени, при этом влияние случайных факторов необходимо элиминировать, исследуемая зависимость должна иметь линейный характер. При несоблюдении этих условий результаты метода будут в высшей степени недостоверными. Значения показателей методом абсолютного прироста вычисляют в приводимой далее последовательности: а) производят расчет коэффициента переменных затрат в

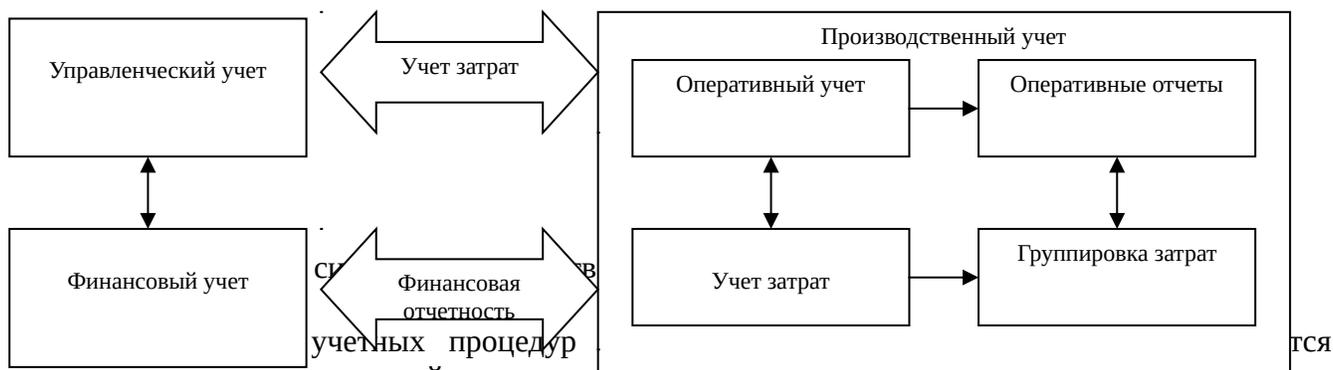
## Учет, анализ, аудит: от теории к практике

уравнении (показатель  $a$ ); б) производят расчет общего размера постоянных затрат (в уравнении – показатель  $b$ ).

На основе обобщения методик организации учета затрат на производство нами предлагается алгоритм внедрения системы производственного учета, основными элементами которого являются:

- разработка и внедрение систем и методов учета производственных затрат;
- определение себестоимости по цехам, функциональным подразделениям, ответственными лицам, видам деятельности, изделиям, территориям, периодам и другим показателям;
- прогнозирование себестоимости будущих периодов, стандартной или желаемой себестоимости так же, как и себестоимости прошлых периодов;
- сравнение себестоимости за различные периоды, фактических затрат с ожидаемой или стандартной себестоимостью, вариантных расчетов себестоимости;
- представление и анализ данных о себестоимости как средство управления в контроле текущих и будущих операций.

Система производственного учета (рис. 1) включает в себя оперативный производственный учет, результатом которого является оперативная отчетность, формирующая основные нефинансовые показатели и результаты работы предприятия и его структурных подразделений (отчеты транспортного цеха о перевозках, отчеты ремонтного цеха о количестве, сложности и результативности проведенных ремонтов, отчеты диспетчеров основных цехов о работе оборудования, производственные отчеты о браке и качественном выпуске, отчеты главного энергетика, отчеты главного механика и пр.) [3; 4; 8].



следующим порядком операций:

- 1) первичное отражение данных о производственном потреблении – затратах на производство по мере их возникновения в производственном процессе; учет по местам возникновения затрат;
- 2) локализация данных о произведенных затратах в основном и вспомогательном производствах; по видам продукции и структурным подразделениям предприятия и по временным периодам;
- 3) распределение общих хозяйственных расходов вспомогательного производства между конечным продуктом и незавершенным производством (НЗП) и включение себестоимости конечного продукта вспомогательного производства, переданного и потребленного в основном производстве, в затраты последнего;
- 4) распределение общих внутрихозяйственных и общих производственных расходов между незавершенным производством и конечным выпуском основного производства и между видами готовой продукции;
- 5) оценка незавершенного производства, отходов и определение себестоимости товарной продукции по формуле затрат, а затем – расчет себестоимости отдельных видов продукции

Отметим, что наличие косвенных и комплексных производственных затрат требует построения такой классификации объектов учета, которая четко определяла бы последовательность процедуры распределения косвенных затрат. Для этого выделяют промежуточные и конечные объекты учета.

Таким образом, системы учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции организуется в рамках информационного процесса, называемого производственным учетом, которую можно определить как часть (подсистему) общей системы бухгалтерского учета, формирующую данные о затратах и результатах процесса производства для контроля за выполнением планов производства продукции и ее себестоимости.

Внедрение предлагаемой системы учета в деятельность современных промышленных предприятий обеспечит при помощи соответствующей организации аналитического учета и калькулирования контроль за ходом производственных процессов и их оперативное регулирование в целях повышения эффективности использования производственных ресурсов, роста производительности труда, снижения себестоимости продукции и в конечном счете увеличение прибыльности и рентабельности.

### Библиографический список

1. Ахмедов А.Э., Шаталов М.А. Совершенствование системы учета затрат на производство продукции//Территория науки. 2015. № 1. С. 127-132.
2. Ахмедов А.Э., Шаталов М.А. Формирование адаптивных систем бюджетирования предприятий пищевой промышленности // ФЭС: Финансы, экономика, стратегия. 2012. № 12. С. 28-31
3. Булгакова С.В. Управленческий учет. - Воронеж: Изд. ВГУ, 2001. - 176 с.
4. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник для вузов. 2-е изд., доп. и пер. - М.: ИКФ Омега-Л; Высш. шк., 2002. - 528с.
5. Иванова Ж.А. Анализ поведения переменных и постоянных затрат// Вестник ТГТУ. 2010. Том 16. № 4.
6. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99. Утверждено Приказом Минфина России от 6 мая 1999 г. № 33н [Электронный ресурс]// [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
7. Сараев А.Л., Татарских Б.А. Нормирование затрат как инструмент управления производством продукции промышленных предприятий// Вестник Самарского государственного экономического университета. № 4. 2012. С. 79-85.
8. Супрунова Е.А., Миерманова С.Т. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в автотранспорте: Учебное пособие. - Омск: Издатель Васильев В.В., 2009. - 281с.
9. Хот Ф.Т., Климентенко А.С. Анализ поведения затрат в управленческом учете// Экономический анализ: теория и практика. 2007. № 3.
10. Шаталов М.А. Формирование системы бюджетирования промышленного предприятия// Территория науки. 2012. № 1. С. 137-144.
11. Шим Д.К. Сигел Д.Г. Методы управления стоимостью и анализа затрат. Экономика для практиков. - М.: Изд. «Филин», 1996. — 400с.

## Секция 3. Экономический, финансовый, управленческий анализ

УДК 338.45

В.Н. Болдырев

*Воронежский экономико-правовой институт  
amista2007@rambler.ru*

### ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОГО РАВНОВЕСИЯ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

#### PROBLEMS OF FINANCIAL BALANCE UNDER UNSTABLE ENVIRONMENT

Аннотация: в статье рассматриваются проблемы трансформации высшей цели бизнеса из максимизации прибыли в максимизацию стоимости.

Abstract: This article discusses the transformation of the higher goals of the business of maximizing profits in maximizing value.

Ключевые слова: мониторинг, стоимость, финансовая устойчивость, миссия.

Keywords: monitoring, cost, financial sustainability, mission.

Известно, что коммерческая организация достигает финансового равновесия, когда состояние финансов не создает помех для функционирования организации. Подобное состояние требует выполнения двух фундаментальных условий [2-3]:

- при заданном уровне доходности фирма должна, используя предоставленный капитал, как минимум покрывать издержки, связанные с его получением;
- исходя из требований ликвидности фирма постоянно должна быть в состоянии платежеспособности.

Выполнение этих условий является основной задачей финансового менеджмента осуществляющего мониторинг финансового состояния коммерческой организации. Необходимость выбора на практике между показателями доходности и ликвидности связана с рисками обеспечения устойчивости коммерческой организации.

Суть противоречия между доходностью, ликвидностью и риском заключается в сложном их взаимоотношении между собой. Они не только противоречиво воздействуют на цену товара или актива, но и действуют разнонаправлено. Поэтому вопрос разрешения финансового противоречия сводится к целевому управлению ликвидностью, доходностью и риском в соответствии с миссией активов. Эффективность такого управления и определяет равновесие стоимости товара или актива, а в конечном счете устойчивость коммерческой организации.

В узком смысле миссия определяет роль и место фирмы в производственной подсистеме экономики, ее специализацию в рамках общехозяйственного или отраслевого разделения труда, включающих предприятие в единый организм хозяйства. По аналогии с «черным ящиком» миссия находит свое выражение в технологии, лежащей в основе функционирования этого «черного ящика», в ее продукте.

При рассмотрении миссии в широком смысле необходимо добавить, что фирма является точкой пересечения интересов различных групп, среди которых можно выделить не только собственников, менеджеров и остальных работников фирмы, но также государство, общественные организации, местные контактные аудитории и др.

Поэтому понятие миссии актива обязательно должно включаться в область анализа состояния устойчивости фирмы как важный фактор поддержания финансового равновесия. Миссия — это набор качественных характеристик актива, раскрывающих его общественное предназначение (рис. 1).

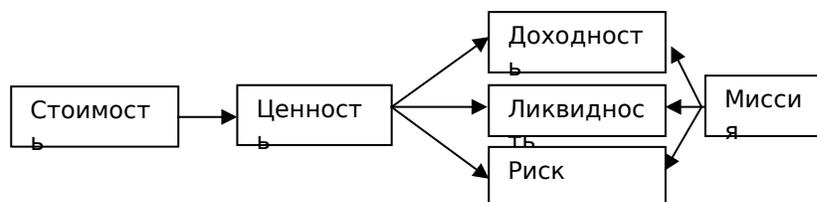


Рис. 1. Роль миссии в разрешении основного финансового противоречия

Миссия вносит субъективную составляющую в основное финансовое противоречие между доходностью, ликвидностью и риском. Она пронизывает актив общественным смыслом. Со стороны миссии происходит целеполагание на высоком уровне, определяется содержание и высшая цель существования актива коммерческой организации, независимо частный этот актив или государственный.

Состояние экономической системы, функционирующей в отсутствие миссии, характеризуется неустойчивым разрешением финансового противоречия, которое обусловлено случайным фактором (рис. 2).

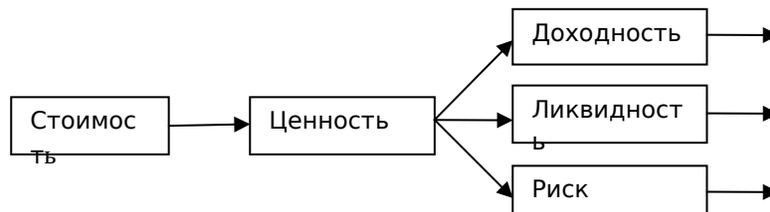


Рис.2. Разрешение основного финансового противоречия при отсутствии миссии актива

Подобная ситуация может неоднозначно отразиться на состоянии компании, в том числе привести к банкротству. Нарушение же финансового равновесия одной фирмы может привести к серьезным последствиям для национальной экономики, например, если предприятие является одной из естественных монополий в топливно-энергетическом комплексе. Проведенное исследование показывает, что постановка одного из параметров в качестве цели не приведет к эффективному разрешению основного финансового противоречия. Поэтому действительной целью финансового мониторинга является содержание "черного ящика", а именно субстанция стоимости, которая и "высвечивается" в цене товаров и активов. Стоимость остается для нас "черным ящиком", но выбор приоритетной цели в виде доходности или ликвидности, позволяет контролировать эффективность реализации стратегии финансовой устойчивости коммерческой организации. В процессе мониторинга используются такие показатели финансовой

устойчивости, как коэффициент независимости (коэффициент автономии), структура заемных средств, соотношение заемных и собственных средств.

Необходимо отметить, что миссия упорядочивает циклические процессы присущие развитию коммерческой организации, снижает влияние случайных факторов и тем самым способствует правильному отражению показателей финансовой устойчивости в бухгалтерской отчетности. В условиях финансового равновесия миссия обеспечивает осмысленное его поддержание, дает возможность говорить об устойчивом состоянии равновесия. Удержание и сохранение финансово-экономической устойчивости предприятия в заданных пределах гарантирует укрепление экономического потенциала и его дальнейший рост [6].

Оперативное управление, осуществляемое оптимальным образом, является фактором экономической устойчивости бизнеса и гарантирует [1; 4-5]:

- доходность вследствие низких издержек;
- низкий риск, определяемый способностью фирмы сохранить произведенную стоимость, что обеспечивает привлечение финансовых ресурсов для обеспечения текущей и инвестиционной деятельности;
- отсутствие финансовых проблем, нестабильность во времени поступления финансовых ресурсов и их расходования (при возникновении соответствующей потребности). Это необходимо для обеспечения непрерывности процесса производства и соответственно устойчивости бизнеса (функция от ликвидности и риска);
- соответствие миссии фирмы текущей рыночной конъюнктуре, а следовательно, управляемую ликвидность бизнеса.

Управление на стратегическом уровне в первую очередь направлено на управление миссией организации или выбор сферы приложения ее капитала (акционерного капитала), т.е. выбор сферы деятельности организации, предполагается также формирование долгосрочных целей организации, оптимизация организационной структуры фирмы.

Вопросы стратегического управления приобрели особую актуальность в силу высокой изменчивости процессов в современной экономике, когда нестабильность внешней среды требует оперативности принятия решений. В качестве одной из ключевых особенностей современной экономики следует отметить трансформацию высшей цели бизнеса из максимизации прибыли в максимизацию стоимости, а затем в наращивание финансово-экономического потенциала. Данный переход обусловлен тем, что стоимость актива стала обладать финансовой природой и выражаться через доходность, ликвидность и риск. Максимизация прибыли означает увеличение доходности в качестве главной цели. Однако с точки зрения обеспечения финансового равновесия повышение доходности возможно только в ущерб ликвидности фирмы, что способствует возрастанию риска неплатежеспособности.

### Библиографический список

1. Болдырев В.Н., Кудряшова О.В. Актуальные проблемы мониторинга финансовой устойчивости ЗАО "Висант-торг" // Территория науки. 2014. № 4. С. 23-28.
2. Болдырев В.Н., Кудряшова О.В. Стоимость как цель мониторинга финансовой устойчивости // Территория науки. 2014. № 3. С. 18-22.
3. Грачев А.В. Финансовая устойчивость предприятия: критерии и методы оценки в рыночной экономике: Учебное пособие. - М.: Издательство «Дело и сервис», 2007.-358 с.

4. Григорьева Т.И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз: учебник для магистров/ Т.И. Григорьева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство Юрайт; и ДЮрайт, 2013. - 462 с.- 2.
5. Ендовицкий Д.А. Финансовый менеджмент: учебник / Ендовицкий Д.А., Щербакова Н.Ф., Исаенко А.Н. и др.; под общей ред. д-ра экон. наук, профессора Д.А. Ендовицкого. - М.: Рид Групп, 2011. - 800 с.
6. Шаталов М.А., Мычка С.Ю. Диверсификация как метод снижения финансовых рисков в условиях нестабильности экономики// Территория науки. 2014. № 6. С. 168-171

**УДК 658.15**

**Е.В. Губанова**

*ФГБОУ ВО Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Калужский филиал  
el-gubanova@yandex.ru*

## **SWOT-АНАЛИЗ КАК ЭЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛИЗА ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

### **SWOT ANALYSIS AS ELEMENT OF THE COMPLEX ANALYSIS OF CASH FLOWS OF THE COMMERCIAL ORGANIZATION**

Статья посвящена разработке основных направлений управления денежными потоками организаций строительной отрасли на базе SWOT-анализа.

Article is devoted to development of the main directions of management of cash flows of the organizations of construction branch on the basis of SWOT analysis.

Ключевые слова: денежный поток, swot-анализ, коэффициент конкордации

Keywords: cash flow, SWOT analysis, konkordation coefficient

Для поддержания финансовой устойчивости коммерческой организации менеджменту компании крайне важно иметь оперативную аналитическую информацию о денежных потоках организации и условиях их формирования.

Существует достаточно много определений данного понятия, но, обобщая взгляды большинства экономистов, денежные потоки организации можно охарактеризовать как совокупность распределенных во времени поступлений и выплат денежных средств по текущей, инвестиционной и финансовой деятельности организации.

Целью анализа денежных потоков организации является получение точной и объективной информации об объемах, составе, структуре, направлениях, динамике, объективных и субъективных, внешних и внутренних факторах, оказывающих различное влияние на их изменение и эффективное использование. Для достижения наибольшей полноты, объективности и точности оценки использования денежных потоков организации необходимо проводить комплексный анализ всей совокупности аналитических индикаторов. Основными задачами анализа потока денежных средств являются:

1. Оценка динамики и структуры источников поступления и направления расходования

- денежных средств;
2. Оценка сбалансированности отрицательного и положительного потоков финансов и определение уровня их достаточности для проведения платежей по текущим обязательствам;
  3. Изучение структуры чистого денежного потока;
  4. Оценка факторов, оказывающих влияние на выручку от продаж, которая является основным источником поступления денежных средств;
  5. Оценка рентабельности организации по чистому денежному потоку;
  6. Расчет оборачиваемости денежных средств.

Соблюдение такого подхода к анализу денежных потоков будет способствовать формированию объективных результатов исследования, всесторонне характеризующих использование денежных средств и принятию оптимальных управленческих решений, направленных на повышение экономической эффективности деятельности коммерческой организации.

Обзор экономической литературы показал, что на сегодняшний день нет единой методики анализа денежных потоков коммерческих организаций. Поэтому представим комплексный анализ, состоящий из пяти этапов:

1. Предварительный анализ основан на первичном знакомстве с отчетом о движении денежных средств, при котором определяется качество отчета, полнота отражения показателей, характер деятельности и общее состояние денежных потоков организации.
2. Горизонтальный и вертикальный анализ — стандартный этап для любого экономического анализа.
3. Сравнительный финансовый анализ базируется на сопоставлении отдельных групп аналогичных показателей между собой.
4. Коэффициентный анализ — самый важный этап, так как именно он определяет уровень отклонения от плановых и базисных значений различных относительных показателей, характеризующих денежные потоки, эффективность и качество использования денежных средств организации, уровень платежеспособности и финансовой устойчивости организации, ликвидность денежного потока. Нет информации о «нормальных» значениях многих коэффициентов, поэтому базой для сравнения чаще всего являются показатели предыдущих лет. [2, с.442]
5. Интегральный финансовый анализ позволяет получить наиболее углубленную (многофакторную) оценку условий формирования денежных потоков организации. В управлении денежными потоками наибольшее распространение получил факторный анализ и swot-анализ. Основным содержанием swot -анализа является исследование характера сильных и слабых сторон организации в части возможностей эффективного формирования денежных потоков, а также позитивного или негативного влияния отдельных внешних (экзогенных) факторов на условия их развития в предстоящем периоде. Результаты swot -анализа представляются обычно графически по комплексному исследованию влияния отдельных факторов на потенциал развития и эффективность формирования денежных потоков организации.

В большей степени для проведения интегрального анализа на практике используют факторный анализ, например методику предложенную Пласковой Н.С., забывая о значимости swot -анализа. [4, с.277] Хотя он дает возможность оценки стоимости организации для инвестора, фактического положения и стратегической перспективы, получаемой в результате изучения сильных и слабых

## Учет, анализ, аудит: от теории к практике

сторон, ее рыночных возможностей и факторов риска. swot -анализ имеет управленческую и стратегическую ценность, если связывает воедино факторы внутренней и внешней среды и сообщает, какие ресурсы и возможности понадобятся в будущем.

Проведем swot-анализ строительной компании ХХХ. Источником информации при проведении анализа послужило аудиторское заключение ХХХ за 2013 год; опрос, в котором принимали участие собственники организации, ведущие специалисты различных структурных подразделений, компании, партнеры, потребители, компании-конкуренты.

Анализ внутренней и внешней среды, сильных и слабых сторон приведен в таблице 1.

Таблица 1. Анализ внутренней и внешней среды, сильных и слабых сторон ХХХ

	Сильные стороны	Слабые стороны
Внутренняя среда	5. Клиентоориентированность (наличие ПТО, который позволяет обеспечивать многовариантность решения инженерных задач); 6. Команда высококвалифицированных специалистов 7. Широкая производственная линейка выполняемых работ, услуг; 8. Наличие системы профессионального обучения и повышения квалификации; 9. Наличие допуска СРО; 10. Освоено малоэтажное строительство; 11. Освоены новые строительные технологии; 12. Большой опыт; 13. Высокое качество продукции; 14. Удовлетворенность клиентов;	15. Низкая рентабельность производственной деятельности (основной) из-за слабой организации снабжения и технического сервиса механизмов; 16. Слабая маркетинговая политика, и как следствие неритмичность и непредсказуемость получения заказов; 17. Слабое продвижение 18. Недостаточное внимание к маркетингу, восприятие его как второстепенной функции 19. Сезонность работ 20. Дублирование функций, слабое делегирование полномочий, обязанности определены специалистами определены нечетко 21. Текучесть кадров
	Возможности	Угрозы

## Учет, анализ, аудит: от теории к практике

Внешняя среда	<p>22. Увеличение строительства жилья, в т. ч. малоэтажного;</p> <p>23. Строительство доходных домов;</p> <p>24. Организация выпуска ипотечных облигаций для привлечения ресурсов банков с целью увеличения жилищного строительства;</p> <p>25. Появление новых технологий высотного строительства и освоения подземного пространства;</p> <p>26. Увеличение доли рынка;</p> <p>27. Получение гос. заказа;</p> <p>28. Публичные заявления в СМИ об экологически чистых технологиях при малоэтажном строительстве</p>	<p>29. Рост тарифов на ГСМ, электрическую энергию и коммунальное обслуживание;</p> <p>30. Нарастание износа основных фондов;</p> <p>31. Резкое сокращение рынка сбыта;</p> <p>32. Монополизация рынков и резкий рост цен на строительные материалы</p> <p>33. Доступность финансов привела к снижению и разрушению входных барьеров в отрасли;</p> <p>34. Изменение системы контроля в строительстве;</p> <p>35. Высокая степень контроля бизнеса со стороны государства</p> <p>36. Дефицит специалистов.</p> <p>37. повышение налогообложения</p> <p>38. Малоэффективная реклама или ее отсутствие влечет неузнаваемость</p> <p>39. Экономический кризис</p> <p>40. Появление новых конкурентов</p>
---------------	--	--

Для формализации входных данных swot-матрицы воспользуемся методом ранжирования (Таблица 2).

Таблица 2. Swot-анализ ХХХ методом ранжирования

Факторы Эксперты	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Сумма рангов	Отклонение среднего арифметического	Квадрат отклонения от среднего арифметического
Качество услуг	1	2	3	3	1	2	3	1	1	2	7	26	-34.5	1190.3
Техническое оснащение	4	6	7	5	7	7	6	7	8	8	8	73	12.5	156.25
Эффективность продвижения	6	9	10	10	10	9	10	9	10	9	9	101	40.5	1640.3

## Учет, анализ, аудит: от теории к практике

Квалификаци я персонала	3	7	5	6	5	6	4	6	6	7	10	65	4.5	20.25
Репутация организации	9	3	6	2	6	1	7	5	4	1	1	45	-15.5	240.25
Логистика организации	10	10	9	8	9	8	8	10	7	5	4	88	27.5	756.25
Внедрение нововведений	7	8	8	9	8	10	9	8	9	10	6	92	31.5	992.25
Способность укладываться в сроки	5	1	4	7	2	5	2	2	3	6	2	39	-21.5	462.25
Набор услуг	8	4	2	1	4	4	1	3	5	4	3	39	-21.5	462.25
Опыт	2	5	1	4	3	3	5	4	2	3	5	37	-23.5	552.25
<b>Σ</b>	<b>55</b>	<b>605</b>		<b>6472.5</b>										

Из всех факторов для матрицы экспертных оценок выделим 10 наиболее существенных: репутация организации, качество выполняемых работ, логистика организации, эффективность продвижения, внедрение нововведений, квалификация персонала, техническое оснащение, способность укладываться в сроки, набор предоставляемых услуг и опыт работы на рынке строительных услуг. Сумма по столбцам матрицы равны между собой и контрольной суммы, значит, матрица составлена правильно. Таким образом, факторы по значимости распределились следующим образом (Таблица 3).

Таблица 3. Сумма рангов факторов swot -анализа

Факторы	Сумма рангов
Качество услуг	26
Опыт	37
Способность укладываться в сроки	39
Набор предоставляемых услуг	39
Репутация организации	45
Квалификация персонала	65
Техническое оснащение	73
Логистика организации	88
Внедрение нововведений	92
Эффективность продвижения	101

Следующий шаг — оценка качества экспертизы. Качество проведенной экспертизы оценивают с помощью коэффициента согласованности мнений экспертов или как его еще называют коэффициент конкордации, используя формулу (1):

$$W = \frac{12 \times S}{m^2(n^3 - n)} \quad (1)$$

где W - коэффициент конкордации;

S - сумма квадратов рангов;

m – число анализируемых факторов;

n – число экспертов. [1]

Коэффициент конкордации изменяется в диапазоне от 0 до 1, причем 0 означает полную

несогласованность, 1 — полное единодушие.

Произведем расчет для нашего примера:

$$S = 6472.5, n = 10, m = 11;$$

Высокое значение коэффициента конкордации говорит о том, что мнения экспертов согласованы, следовательно, качество экспертизы можно оценить как высокое.

На основе получения суммы рангов можно вычислить показатели весомости рассмотренных параметров. Для этого произведем следующие вычисления. Сначала по каждому параметру вычислим величины, обратные сумме рангов, и коэффициенты весомости параметров (Таблица 4).

Таблица 4. Коэффициенты весомости параметров

Факторы	Величины, обратные сумме рангов	Коэффициенты весомости параметров
X <sub>1</sub>	0.0385	0.19
X <sub>10</sub>	0.027	0.13
X <sub>8</sub>	0.0256	0.13
X <sub>9</sub>	0.0256	0.13
X <sub>5</sub>	0.0222	0.11
X <sub>4</sub>	0.0154	0.0768
X <sub>2</sub>	0.0137	0.0684
X <sub>6</sub>	0.0114	0.0568
X <sub>7</sub>	0.0109	0.0543
X <sub>3</sub>	0.0099	0.0495

Таким образом, наиболее весомым фактором является качество предоставляемых услуг. Основной деятельностью ХХХ является осуществление подрядных работ, которые выполняются на высоком профессиональном уровне и имеют отличные гарантии. Это и служит визитной карточкой компании. Далее одинаковый коэффициент весомости по методу экспертных оценок приходится на три фактора – опыт компании, сроки выполнения и разнообразие выполняемых работ. На строительном рынке организация вот уже 16 лет, что является достаточно неплохим опытом. Работы выполняются точно в поставленные сроки, следует также отметить условия, в которых они возможны – при температуре наружного воздуха от -20 до -27 С° производится создание монолитных плит методом непрерывного бетонирования. Далеко не каждая строительная организация на это способна. Деятельность заключается не только в строительстве многоэтажных жилых домов, но и в малоэтажном строительстве, в деревообработке, благоустройстве, в выполнении отделочных работ, в возведении кирпичных, сборных, монолитных зданий и сооружений и т.д. Далее следует деловая репутация организации. В данном случае важно понять, что под деловой репутацией организации понимается не «гудвилл» (нематериальное благо, которое представляет собой оценку деятельности юридического лица с точки зрения его деловых качеств), а некая качественная оценка образа компании в представлении людей и не поддается количественному определению. Потому можно только зафиксировать ее изменение – в худшую или лучшую сторону. И главная мысль заключается в том, что среднее арифметическое от множества субъективных мнений и станет одним объективным взглядом на репутацию компании.

Репутация ХХХ среди опрашиваемой аудитории имеет тенденцию к улучшению, но следует заметить, что компания хорошо известна на строительном рынке компаниям-партнерам, компаниям-конкурентам, но не так хорошо известна потенциальным потребителям, которые могли бы являться конечными пользователями выполненных работ (жилые многоэтажные и малоэтажные дома). Вышеперечисленные факторы относятся к сильным сторонам компании. Квалификация персонала, по мнению экспертов, занимает шестое место в ранжировании факторов, имея вес 0,0768. Безусловно, ХХХ обладает редкими специалистами в строительной сфере, однако, их не всегда хватает, не всегда в высшие учебные заведения выпускают в настоящее время действительно грамотные кадры.

Факторы, которые имеют малый удельный вес, относятся к слабым сторонам организации – это техническое оснащение, эффективность продвижения, логистика и внедрение нововведений. Так как компания не является очень крупной, то некоторые элементы строительной техники организация берет в аренду, а тот комплект оборудования, который есть в собственности, к сожалению, с течением времени подвержен износу. Компания имеет крайне малую эффективность продвижения. Информацию об организации можно найти лишь на сайте компании, которая давно не обновлялась, и периодически в некоторых печатных изданиях, интернет-реклама, телевизионная, наружная реклама отсутствует.

По результатам проведенного SWOT – анализа можно выбрать наиболее подходящую для организации стратегию развития. Наиболее приемлема стратегия с максимизацией сильных сторон организации и максимальной реализацией ее возможностей. Следует сделать ставку на дальнейшее строительство многоэтажных жилых домов при сохранении известного качества, продвижение малоэтажного деревянного домостроения, в том числе и в рамках областной программы по переселению граждан из аварийного жилья. Кроме того, как большие плюсы может принести строительство «доходных домов», которые так популярны в европейских странах. Важно ввести грамотную маркетинговую составляющую в деятельность компании: активно заняться ее продвижением, рекламой.

Таким образом, SWOT-анализ помог оценить положение компании на строительном рынке, а также наметить возможную стратегию развития организации, которая смогла бы привести к увеличению ее стоимости, с учетом ее сильных и слабых сторон, принимая во внимание существующие возможности и угрозы.

### Библиографический список

1. Гарифулин А.Ф. Экспертное оценивание при разработке эффективной стратегии // Справочник экономиста. 2013. №8. Режим доступа: [http://www.profiz.ru/se/8\\_13/ocenka\\_expertov/](http://www.profiz.ru/se/8_13/ocenka_expertov/) (дата обращения 03.06.2015 г.)
2. Губанова Е.В. Коэффициентный и факторный анализ денежных потоков // Аналитический журнал РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2011. №3. С.441-446.
3. Кокина Т.Н. Внутренняя отчетность в системе анализа денежных потоков и платежеспособности коммерческой организации // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2012. №24 (114). С.15-23.
4. Пласкова Н.С. Анализ финансовой отчетности: Учебник. – М.: Эксмо, 2010. – 384 с.
5. Черенков В.И. Об истории и развитии концепции и техники SWOT-анализа // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2009. №6 (84).

6. Харсеева А.В. Оптимизация денежных потоков как элемент управления устойчивостью финансового состояния организации // Теория и практика общественного развития. 2011. №7. С.329-333.

УДК [338.1](#)

Р.Г. Гучетль

ФГБОУ ВПО Тамбовский государственный технический университет,  
[ruzana707@mail.ru](mailto:ruzana707@mail.ru)

## АНАЛИЗ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ

### ANALYSIS AND MODERN PROBLEMS ECONOMIC DEVELOPMENT OF TAMBOV REGION

*Аннотация:* в статье рассматриваются основные проблемы и варианты решения повышения эффективности экономического развития тамбовского региона в неблагоприятных экономических условиях.

*Abstract:* the article discusses the main challenges and solutions to economic development of Tambov region in terms of economic disadvantage.

*Ключевые слова:* экономика, развитие, анализ, проблема, область, регион.

*Keywords:* economy, development, analysis, problem, region, region.

По оценке федеральных министерств Тамбовская область один из российских регионов, который имеет системный комплекс инструментов стратегического развития до 2020 года, рассмотренный и одобренный на федеральном уровне, согласованный с положениями Концепции долгосрочного социально-экономического развития России: стратегия социально-экономического развития Тамбовской области до 2020 года, схема территориального планирования.

В основу Стратегии социально-экономического развития Тамбовской области на период до 2020 года легли схема территориального планирования Тамбовской области, описание зон (территорий) опережающего развития области, которые по итогам экспертного обсуждения включены в региональный компонент Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года. Развивая положения этих документов, Стратегия определяет приоритеты развития Тамбовской области:

1. Повышение конкурентоспособности экономики Тамбовской области, в первую очередь за счет развития наиболее перспективных секторов экономики (традиционные секторы с доминирующим положением на рынках и инновационный сектор экономики).
2. Активная инвестиционная политика. Повышение инвестиционной привлекательности Тамбовской области.
3. Эффективное использование ресурсного потенциала.
4. Развитие человеческих ресурсов.

5. Обеспечение роста благосостояния и качества жизни населения [1].

6. Повышение эффективности государственного управления социально-экономическим развитием Тамбовской области. Документ формулирует стратегические направления и цели развития области на период 12 лет, конкретные действия по их реализации на период 3-5 лет, определяет механизмы контроля за этим процессом со стороны органов власти, представителей бизнеса и населения области.

На социально-экономическое развитие региона влияет ряд факторов: качество обслуживания в экономике и сфере услуг [2], маркетинге региона [3], ценообразовании [4], рекламной деятельности [5], качестве сервиса [6].

Стратегия развития Тамбовской области нацелена на реализацию инновационного сценария экономического роста в регионе, предполагающего на основе крупномасштабных инвестиций, переход на новое качество экономического развития, повышение производительности труда в реальном секторе экономики до 4 раз, увеличение реальных доходов населения в 2-3 раза, постепенный выход на бездотационность регионального бюджета.

Предложения для экономического развития области:

Стратегия как документ долгосрочного планирования (на 8 и более лет) не предполагает возможности детализации мероприятий. Это задача документа среднесрочного планирования, которым может являться комплексная программа (план) социально-экономического развития области, принимаемая на бюджетный цикл, с периодическим уточнением мероприятий.

Уровень глубины проработки включенных в Стратегию инвестиционных проектов был неравномерным, по части из них возможно определить экологические механизмы, по части — нет. На наш взгляд, данные механизмы должны предусматриваться в бизнес-плане каждого проекта.

Тамбовская ЗТР не должна конкурировать с Липецкой ОЭЗ за льготы: статус ОЭЗ по определению обеспечивает резидентам больший набор льгот, чем ЗТР. Кроме того, при выборе инвестиционной площадки инвесторов больше интересуют не льготы, а удобная транспортная логистика, удобство и сроки подключения коммуникаций, ставки аренды земельного участка и др. - по этим показателям Тамбовская ЗТР должна опережать Липецкую ОЭЗ.

Проблема лежит в иной плоскости: одна из стратегических задач — сократить отток кадров в трудоспособном возрасте посредством предоставления хорошо оплачиваемых рабочих мест по месту жительства.

В разделах Стратегии обозначены неформальные дискуссионные площадки, предложен формат их деятельности и состав участников (Совет по научно-технической и инновационной политике). Высказанное предложение может несколько сузить функционал и потенциал такой площадки. Вместе с тем, Региональное отделение Российского союза молодых ученых может взять на себя роль организационного мотора формирования площадки для обсуждения проблем инновационного развития области.

В соответствии с теорией систем управления стратегическая диагностика несет ответственность за обоснованность стратегических планов и ориентирована на внешнюю и внутреннюю среду системы. Задачи стратегической диагностики: участие в установлении количественных и качественных целей системы, определение критических внешних и внутренних условий, лежащих в основе стратегических планов, определение узких мест, определение основных подконтрольных показателей.

Неучтенный объем трудовых мигрантов позволяет использовать только косвенные прогнозные оценки потенциала и структуры использования трудовых ресурсов области.

Работа сельхозпроизводителей с обычной и упрощенными системами налогообложения с контрагентами возможна – это регулируется соответствующими положениями Налогового кодекса. В частности, гл. 26.2. НК РФ регулирует вопросы необложения НДС в связи с применением УСНО индивидуальными предпринимателями. Полагаем, что, при необходимости, вопрос может быть решен посредством публикации разъяснений практикующим бухгалтерам от налоговых органов Тамбовской области.

Разумеется, привлечение Ассоциации промышленников – очень важная мера при уточнении Инвестиционной политики области. Такая мера предусмотрена в Стратегии. Работоспособной площадкой для обсуждения вопросов по инвестиционной политике области и улучшению инвестиционного климата, согласно Стратегии, может выступить Межведомственный совет по инвестиционной политике.

Состав прогнозных показателей для включения в Стратегию многократно и подробно обсуждался рабочей группой ЦСР с представителями Управления экономической политики и других управлений Администрации Тамбовской области. Предложенный в настоящей редакции Стратегии перечень показателей отражает разумный компромисс между требованиями по достаточности и информативности показателей, с одной стороны, и возможностями обеспечения их мониторинга, с другой. При формировании системы показателей были также приняты в расчет новые нормативные документы, разработанные и введенные в оборот федеральными органами власти в период подготовки Стратегии (например, Перечень поручений Президента РФ по итогам заседания Государственного совета Российской Федерации 27 декабря 2012 года и другие). Состав показателей определяющих уровень инвестиционной привлекательности области увязан с требованиями Стандарта деятельности органов исполнительной власти субъекта, который подготовила Автономная некоммерческая организация «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» (АСИ). В этой связи расширение перечня показателей нежелателен по совокупности вышеперечисленных причин и обстоятельств.

В Стратегии необходимо предусмотреть создание неформальной дискуссионной площадки, в которой будут обсуждаться идеи по созданию нового бизнеса, бизнес-планы, новые направления развития действующих предприятий, новые разработки, вопросы снижения административных барьеров, подготовки конкретных специалистов и т.д. Основная цель площадки — налаживание диалога между предпринимательским сообществом, административными структурами, научным сообществом, начинающими предпринимателями и культурной общественностью. Инфраструктурной базой для создания такой площадки может стать региональное отделение Российского союза молодых ученых.

Поскольку учебные учреждения имеют слабую техническую базу, а некоторые предприятия установили высокотехнологичное оборудование, считаю возможным заключать соглашения об ознакомлении будущих работников (студентов) с новым высокотехнологичным оборудованием с дальнейшей возможностью прохождения практики на предприятии.

Вхождение Тамбовской области в группу лидирующих регионов ЦФО по уровню инвестиционной привлекательности наполнить абсолютными показателями типа: инвестиции в основной капитал на душу населения в динамике; удельный вес инвестиций в Тамбовской области в объеме инвестиций областей ЦФО в динамике и т.п.

План мероприятий по реализации стратегической цели «Инновационное развитие и модернизация экономики» «ответственный» следует заменить «управление по развитию перерабатывающей промышленности» на «управления инновационного развития,

международного и межрегионального сотрудничества области».

Таким образом, проблемы экономического развития и импортозамещения продукции области являются важными в условиях санкционного режима со стороны других стран.

### Библиографический список

1. <http://invest-tambovregion.ru>
2. Тётушкин В.А. “Современные тенденции качества сервиса недвижимости”. Журнал “[Наука и бизнес: пути развития](#)”. 2014. № 4 (34). С. 149-153.
3. Толстяков Р.Р., Тётушкин В.А. “Маркетинговый анализ ценовой политики продовольственных супермаркетов на региональном рынке (на примере напитков)”. Журнал “[Социально-экономические явления и процессы](#)”. 2015. Т. 10. № 3. С. 78-87.
4. Тётушкин В.А. “Ценообразование и качество современной недвижимости”. [Наука и бизнес: пути развития](#). 2014. № 4 (34). С. 149-153.
5. Тётушкин В.А. “Маркетинговые тенденции концепции рекламной деятельности предприятия”. [Глобальный научный потенциал](#). 2012. № 13. С. 120-122.
6. Тётушкин В.А. “Измерение качества сервиса”. [Перспективы науки](#). 2013. № 10 (49). С. 191-195.

УДК [656.07](#)

В.А. Тётушкин

*ФГБОУ ВПО Тамбовский государственный технический университет,  
volodtetus@yandex.ru*

### АНАЛИЗ И СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СЕРВИСА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

#### ANALYSIS AND MODERN METHODS TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF THE SERVICE OF THE RUSSIAN ENTERPRISES

*Аннотация:* в статье рассматриваются основные подходы к определению проблемы и решения повышения эффективности работы автосервисного предприятия за счет внедрения распространенных методик работы с клиентами.

*Abstract:* the article considers the main approaches to the definition of problems and solutions increase the efficiency of car company through the introduction of common methods of working with clients.

*Ключевые слова:* эффективность, сервис, предприятие, методы, анализ, клиенты, услуги, обслуживание.

*Keywords:* efficiency, service, enterprise, methods, analysis, customers, service, maintenance.

В числе важнейших факторов, оказывающих влияние на сектор услуг на современном этапе в РФ, является мировой экономической кризис, который приводит к таким негативным моментам, как снижение спроса на услуги, повышение риска неплатежей, ухудшение условий

кредитования, снижение заказов от стратегических клиентов, замораживание инвестиционных проектов. Все это повышает интенсивность конкуренции на рынке, приводит к снижению рентабельности. В настоящее время основной массив предприятий деловых услуг относится к сфере среднего и малого предпринимательства.

Сложность современного развития сферы услуг в мировой экономике отражается и на российских предприятиях сервиса. Факторы внешней среды оказывают прямое и косвенное воздействие на развитие предприятия, они создают угрозы и возможности, которые влияют на показатели эффективности деятельности предприятия сервиса. Анализ и оценка основных тенденций развития сферы услуг, особенности и тенденции ее развития служат основными факторами, которые необходимо учитывать при формировании стратегии предприятия сервиса.

В этих условиях увеличивается риск сокращения инфраструктуры поддержки малых предприятий, это, прежде всего, информационные, маркетинговые, образовательные и другие услуги, что может привести ряд предприятий сервиса к банкротству. К ним относятся фирмы, использующие заемные средства для оказания услуг, принимающие участие в реализации инвестиционных проектов, направленных на расширение производства.

Повышение эффективности сервиса становится все более актуальным для российских компаний. Такое внимание к сервисному направлению во многом обусловлено ситуацией, сложившейся в настоящее время на отечественном автомобильном рынке. В условиях снижения темпов продаж автомобилей сервисные услуги могут стать катализатором российского авторитейла. Особая роль в увеличении эффективности сервисов принадлежит так называемым «воронкам» сервиса.

Известно, что «воронка» продаж — одна из распространенных методик работы с клиентами, с помощью которой можно оценивать эффективность работы сотрудника, его отдела и в итоге всей компании на каждом этапе продаж. Методика «воронок», получившая широкое распространение сначала в сфере продаж автомобилей, сегодня находит свое применение и в сфере послепродажного обслуживания. Опыт отечественных компаний, решивших применить данную технологию в сервисе, подтверждает ее эффективность.

Методу «воронок» в автосервисе была посвящена одна из встреч Клуба руководителей автобизнеса AutoBoss – 105-е заседание клуба прошло в Москве в середине марта 2014 г.

На мероприятии выступили представители консалтинговой компании «Автокадр», при непосредственном участии которой организуются подобные встречи, а также руководители российских авторитейловых компаний, решивших опробовать методику «воронок» в сервисном направлении. В рамках встречи обсуждались новые аспекты применения методики «воронок». Представители авторитейла привели собственные примеры работы компании «до» и «после» внедрения данной методики, рассказали о важных аспектах, на которые нужно обращать внимание при использовании «воронок» в сервисе. Также на заседании клуба прозвучало много полезных практических рекомендаций. Применение метода «воронок» в сервисе помогает сохранить клиентов.

По мнению экспертов, это очень важно, так как «удержать существующего клиента проще и дешевле, чем привлечь нового». Метод «воронок» будет полезен всем — и собственникам бизнеса, и руководителю компании, и техническому директору. Предлагается графическая модель, на которой «воронка» разделена на несколько уровней. Каждый из уровней соответствует определенному этапу работы с клиентами.

Используя метод воронок, также нужно проводить анализ статистики первого и последующих посещений клиентов по техническому обслуживанию. Также важно сопоставлять полученные

данные с количеством автомобилей, проданных в этом центре. Это позволяет своевременно выявить негативные тенденции и устранить их.

Часто количество клиентов на каждом последующем уровне оказывается меньше, чем на предыдущем. Например, на второе техническое обслуживание приезжает меньшее число клиентов, чем на первое и т.д. По мере сокращения количества посещений клиентами сервиса уменьшается и его прибыль. Рассчитать потери компании в самом общем виде несложно — для этого достаточно знать величину среднего чека и количество клиентов, не приехавших на техническое обслуживание.

Вместе с тем, точно подсчитать «воронку» сервиса, которая определяла бы не просто статистику, а отражала реальное положение дел в компании, не так просто. Для этого нужно учитывать многие факторы.

Прежде всего, можно объединить базы продаж и сервиса. Данная мера неслучайна. В базе продаж содержатся данные о продажах в регионы. Эта информация очень значима, так как для точного подсчета статистики необходимо отсеять все продажи в другие регионы, потому как такие клиенты вряд ли приедут в сервис из-за большой удаленности. При этом цифра по региональным потребителям может оказаться довольно заметной, вплоть до 20% от общего числа клиентов.

Другим немаловажным фактором для точного получения статистики, является смена владельца автомобиля. Причины смены владельца могут быть разными. Машину могли продать, она могла быть разбита в аварии и т.д. При этом, по мере увеличения периода времени наблюдения, количество таких случаев может оказаться значительным, вплоть до нескольких десятков процентов от общего количества автомобилей. Также руководитель компании «Автокадр» рекомендует создать в IT-программе компании специальные фильтры по различным видам работ в рамках технического обслуживания. С помощью таких фильтров можно будет делать отчеты в соответствии с интересующими параметрами.

Не лишними окажутся данные о пробеге автомобиля, которые будут использованы IT-программой для расчета даты следующего ТО. Получить их можно при любом разговоре с клиентом. Но совсем не обязательно специально звонить клиенту только для того, чтобы узнать пробег автомобиля. У потребителя это может вызвать непонимание. Связаться с потребителем можно по любому другому удобному поводу, связанному с приобретением или обслуживанием автомобиля в компании, например, сообщив клиенту о новой акции.

Получить более объективную информацию по «воронке» сервиса также поможет анализ «своих» и «чужих» клиентов, считает руководитель компании «Автокадр».

Воронка «Свой - Чужой».

Под «своими» потребителями имеются в виду автовладельцы, которые приобрели автомобили в дилерском центре данной компании. «Чужие» клиенты купили автомобили у другого дилера. При этом важно учитывать фактор сезонности. Например, в летний период, на который обычно приходится пик отпусков, количество автовладельцев в сервисах, как правило, увеличивается. Это относится не только к «своим» клиентам, но и к «чужим».

Иногда в результате полученных данных может получиться не традиционная «воронка», а трапеция — то есть на начальном этапе («входе») количество клиентов оказывается меньше, чем в конце (на «выходе»).

Трапеция. При этом на каждом последующем этапе количество клиентов увеличивается. Это идеальная модель построения бизнеса, которая, однако, нечасто встречается на практике. Подобное положение характерно для очень молодых компаний, работающих на рынке не более

1,5 лет. Такие компании находятся на самом начальном этапе жизненного цикла организации. При этом, благодаря грамотной политике, такие компании являются «сильными новичками». На этом этапе объемы продаж автомобилей обычно незначительные. Но за счет хорошо построенной работы такие компании быстро привлекают на сервисное обслуживание много «чужих» клиентов.

К примеру, владельцы автомобилей Kia Rio отличаются от потребителей, обладающих автомобилем Kia Sportage. Они по-разному воспринимают не только стоимость автомобилей и изменение цен на них. У потребителей этих групп разные ожидания и по сервисным услугам.

Другой важный момент, на который следует обратить внимание при определении «воронки» сервиса, — это возраст автомобилей. Чем старше автомобиль, тем чаще он будет нуждаться в сервисных услугах и тем больше будет чек на выполненные работы. Наиболее благоприятным, с точки зрения получения прибыли для сервисов, считается третье техническое обслуживание. В то же время частота обращения в сервис во многом определяется не только объективной необходимостью ремонта, но и часто зависит от желания или нежелания клиента обращаться в сервис. Иногда автовладельцы предпочитают отложить визит в сервис и эксплуатировать автомобиль, в работе которого уже могут быть некоторые дефекты. Вместе с тем, эксперт «Автокадра» указывает на пользу частого сервисного обслуживания автомобилей для самого клиента. Такой автомобиль не только прослужит дольше. Благодаря регулярному сервисному обслуживанию автомобиль будет находиться в хорошем состоянии, и его можно быстрее и выгоднее продать.

Важное значение имеет «воронка», основанная на подсчете среднего количества обращений одного клиента в год. Для ее расчета суммируется количество появлений в заказ-нарядах VIN-номера автомобиля за один год по любому поводу. Все данные разделяются по видам обращений: гарантия, повторный заезд, слесарные и кузовные работы, диагностика.

Затем директор «Автокадра» рекомендует для получения достоверной статистики исключать повторные (рекламационные) заезды из общего количества всех заездов. Приемлемым показателем считается результат до 2%. Если количество повторных заездов превышает 2%, то это является опасным показателем для компании. Оценка повторных заездов полезна также с точки зрения анализа упущенной выгоды. Для ее расчета нужно знать количество рекламационных заездов и средний чек. Ценным будет создание «воронки» записи, при подсчете которой должно подсчитываться количество желающих провести сервисные работы. При этом нужно учитывать все источники поступления информации от клиентов. Это не только телефонные звонки, но и заявки через сайт. Кроме того, потребители могут прийти в сервис без записи, и таких клиентов также надо включать в воронку записи.

При этом важно вести отдельную статистику по разным группам клиентов в течение определенного периода времени. Например, сколько человек записалось по телефону за месяц, сколько через сайт, сколько пришли самостоятельно и т. д. Ведение такой статистики позволяет выделить основные каналы потенциальных заказов, приоритетность которых с течением времени может меняться.

Значительную долю в структуре заявок составляет запись по телефону. Руководитель «Автокадра» предлагает упростить процесс подсчета таких звонков через IT-программу, которая будет дифференцировать звонки по времени разговора. Обычно для записи на сервис требуется больше двух минут. Если телефонный разговор занимает меньше времени, то он не должен классифицироваться как заявка на сервисные работы.

После того как «воронка» записи построена, важно ее правильно проанализировать. При этом

следует учитывать, что количество клиентов, записавшихся на сервис, может существенно отличаться от числа реально приехавших автовладельцев. Чем больше будет это различие, тем выше окажется упущенная выгода компании.

Чтобы избежать повторения такой ситуации в дальнейшем, важно понять причины, по которым записавшиеся заранее клиенты не приехали на сервис в назначенную дату. Не всегда несостоявшийся визит обусловлен объективными форс-мажорными обстоятельствами. Клиента могли не устроить цена работ, время визита, оговоренные сроки выполнения заказа или удаленность сервиса.

На практике часто возникают неоднозначные ситуации, которые свидетельствуют о наличии определенных проблем в компании. Например, при опросах, которые проводятся в ходе каждого технического обслуживания (ТО), все клиенты в целом удовлетворены работой компании. Однако с каждым последующим ТО количество клиентов заметно сокращается. Поэтому важно понять причины таких процессов.

Для более эффективной работы компании нужно, чтобы два структурных подразделения — отдел продаж и отдел сервиса — не вели между собой конкурентные войны «за результат», а работали для клиента и на достижение общего результата компании. Только такой подход способен обеспечить компании хорошее будущее, полагает руководитель «Автокадра». Также эксперт рекомендует объединить IT-базы продаж и сервиса. Это позволит получить полную информацию по истории каждого клиента.

Одним из первых шагов в процессе внедрения метода «воронки» стало создание точной электронной базы данных по всем клиентам. Эта информация включала в себя историю обращений в компанию; информацию об автомобиле, в том числе VIN-код, пробег и другие показатели; характеристики необходимых сервисных работ. Также в ходе внедрения метода «воронки» была сформирована CRM-система, основой для построения и последующего управления которой также послужили специальные базы данных. Особый акцент при этом был сделан на информации о времени проведения очередного ТО и выполнения рекомендаций. Кроме того, учитывалась выручка, которую обеспечил данный клиент.

Одним из основных результатов внедрения метода «воронки» в компании стало изменение отношения в работе с потребителями. Теперь в сервисе не ждут клиентов, а активно привлекают их, в том числе используя информацию о пробеге автомобилей. При этом в компании используется целевой подход, который применяется в отношении объекта воздействия (клиента), периода воздействия и средств воздействия. Такой подход опирается на дифференциацию клиентов по группам «свой» — «чужой». Это позволяет разработать разную политику в отношении таких потребителей.

Сложилось четкое понимание того, когда именно лучше привлекать клиентов (в определенный сезон, по окончании сроков гарантийного обслуживания и т.д.), а также за счет чего именно (специальных акций для разных групп потребителей). Помимо этого, в результате внедрения метода «воронки» в компании очистили клиентскую базу, восстановили клиентскую историю и создали защиту от «воронки» ввода данных. Также были изменены система телефонного опроса и методика оценки лояльности и удовлетворенности клиентов. Одним из результатов этого стало понимание причин недовольства клиентов.

В заключение рекомендуем применять «индивидуальный подход к каждому клиенту, с учетом той суммы денег, которую он уже принес в вашу компанию. Для этого нужно вести историю взаимоотношений с каждым клиентом в CRM.

Итак, в настоящее время все большее значение начинают приобретать вопросы повышения уровня транспортного обслуживания клиентов, которые в рыночных условиях хозяйствования тесно связаны с проблемой сервиса и качества предоставляемых услуг. Под качеством понимают совокупность свойств и характеристик услуги, которые придают ей способность удовлетворять потребности клиентов. Если компания обязуется доставить груз по назначению и в оговоренные контрактом сроки в условиях сохранности, то в будущем клиент ожидает, что перевозчик сократит время простоя, снизит плату за хранение, расширит сеть доставки и т.д.; т.е. повысит качество предоставляемых услуг.

В условиях рынка важное значение имеют показатели качества оказываемых услуг, так как качество сильно влияет как на повышение конкурентоспособности услуг, так и на повышение цены. Последнее увеличивает объем продаж, а, следовательно, и рост прибыли.

Систематический и всесторонний анализ эффективности деятельности предприятия позволяет:

- быстро, качественно и профессионально оценивать результативность хозяйственной деятельности как предприятия в целом, так и его структурных подразделений;
- точно и своевременно находить и учитывать факторы, влияющие на получаемую прибыль по конкретным видам производимых товаров и предоставляемых услуг;
- находить пути решения проблем предприятия и получения прибыли в ближайшей и отдаленной перспективе.

При рассмотрении показателей можно сделать вывод, что рыночные отношения предполагают, что в каждой сфере бизнеса должны быть свои показатели.

Из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что для развития предприятия в условиях острой конкуренции необходимо, чтобы руководитель видел результаты всех видов деятельности для формирования системы взаимосвязанных показателей, отражающих степень достижения целей предприятия.

### Библиографический список

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство: учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2006. 318 с.
2. Грибов В.Д. Экономика предприятия сервиса: учебное пособие. М: КНОРУС, 2011. 280 с.
3. Кара А.Н. Экономика сферы обслуживания: учеб. пособие для студ. учреждений высш. проф.образования. М: Академия, 2010. 320 с.
4. Божкова Н.С., Радина О.И. Показатели эффективности деятельности предприятия сервиса. IV Международная студенческая электронная научная конференция. 2012.
5. Данные компании «Автокадр».

## Секция 4. Аудит, контроль и ревизия

УДК 657.6: 658.56

В.В. Добросельский

Аспирант. Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» (г. Ялта)

[VVDobroselskiy@yandex.ua](mailto:VVDobroselskiy@yandex.ua)

### СТАНДАРТЫ АУДИТА КАЧЕСТВА ОРГАНИЗАЦИИ: ISO 10011:1990

#### AUDIT OF QUALITY STANDARDS: ISO 10011: 1990

**Аннотация.** Аудит является значимой процедурой, которая необходима для проверки деятельности организации. Так одним из важнейших элементов деятельности организации является система качества организации, оценка и проверка которой необходима для улучшения эффективности деятельности организации в будущем.

**Abstract.** The audit is a significant procedure that is required for verification of the organization. So one of the most important elements of the organization is the system of quality of the organization, assessment and verification which is needed to improve the efficiency of the organization in the future.

**Ключевые слова:** ISO 10011:1990, управление качеством, аудит системы качества.

**Key words:** ISO 10011: 1990, quality management, system audit quality.

Система качества – это набор организационной структуры, процессов происходящих в организации, ресурсов используемых для достижения целей, а также ответственности, методик необходимых для осуществления общего руководства качеством. Как и любую другую систему, от которой зависит успешность деятельности организации, систему качества необходимо проверять и анализировать. Так стандарты серии ISO 10011:1990 являются международными содержащими указания по управлению процессами аудита систем качества организации.

Прежде чем начать рассмотрение стандартов серии ISO 10011:1990 следует определить структуру стандарта ISO 10011:1990. Серия стандартов ISO 10011:1990 состоит из трёх компонентов (рис. 1), которые помогают успешно осуществлять аудит качества в организации. Это стандарт ISO 10011-1:1990, который обеспечивает руководящие указания по проверке систем качества. Второй компонент это стандарт ISO 10011-2:1991, обеспечивающий указания направленные на проверку систем качества и квалификационные требования к аудиторам по проверке систем качества. А также стандарт ISO 10011-3:1991, который направлен на управление проверкой систем качества организации. Данная серия стандартов может успешно применяться как для внешнего, так и для внутреннего аудита систем качества организации.



Рис. 1. Стандарты серии ISO 10011:1990

Проверка (ISO 10011-1:1990). Данный стандарт подчеркивает необходимость проверки аудита систем качества организации, как важного элемента управления организацией. В стандарте даётся подробное описание методики осуществления аудита и документационного засвидетельствования. Лучше всего использовать данный стандарт при осуществлении и документальном подтверждении аудита систем качества организации. В содержании стандарта есть все необходимые свойства, обеспечивающие нормальную проверку стандартов качества осуществляемых в организации. Согласно данному стандарту, осуществление процесса аудита качества возможно засвидетельствовать существование отдельных элементов системы качества и их результативность.

Квалификационные требования к аудиторам по проверке систем качества (ISO 10011-2:1991). Согласно этому стандарту организация должна обеспечить необходимые условия для проведения проверки системы качества и его полного руководства. Управляющие аудитом должны быть заранее проинформированы о стандартах системы качества внедрённых в деятельность организации. Управленческий персонал должен обладать образованием в сфере управления, а также лица, обладающие практическими знаниями по методике и практике проведения проверок качества.

К экспертам-аудиторам системы качества предъявляются такие требования как: образование, специальная подготовка, подкреплённые практикой по направлению аудита (опыт работы), личные качества, умение управлять, компетентность, при возможности владеть иностранным языком.

Управление программами проверок (ISO 10011-3:1991). Стандарт содержит указания по координации процесса аудита качества и такие рекомендации как:

- организация должна создавать все условия для осуществления процесса аудита систем качества;
- стандарты. Управлению проверки определяются стандарты в соответствии, с которыми и осуществляется проверка систем качества;

- квалификация персонала. Управление проверкой должно осуществляться лицами, обладающими соответствующими знаниями. ;
- группа экспертов-аудиторов должна соответствовать факторам способствующим осуществлению процесса аудита систем качества (оптимальная численность и состав группы; знания, умения и навыки; личное мастерство и пр.);
- контроль и обеспечение деятельности экспертов-аудиторов. Работа экспертов-аудиторов должна оцениваться (с целью улучшения их работы, а также поиска недостатков), работа экспертов должна быть согласованной и нести схожие результаты на заключительных этапах проверки. При необходимости нужно проводить подготовку экспертов, с целью повышения профессионального уровня;
- относящиеся к работе факторы. Руководство проверки должно действовать согласованно, поэтапно, по заранее намеченному плану. Все происходящие во время проверки процессы должны быть формализованы и конфиденциальны;
- совместные проверки. Данный пункт предполагает сотрудничество организаций, с целью осуществления совместных проверок систем качества;
- совершенствование программы проверки. Руководство проверки должно создать систему, с обратной связью, постоянного совершенствования качества в организации;
- этические нормы. В деятельность экспертов-аудиторов должны включаться нормы моральной «чистоты» процесса.

В стандарте управления программами проверок (ISO 10011-3:1991) дублируются рекомендации, как и в ISO 10011-2:1991. Такие рекомендации как: организация, стандарты, квалификация персонала и соответствие членов группы экспертов-аудиторов являются повторением стандарта ISO 10011-2:1991 (квалификационные требования к аудиторам по проверке систем качества).

### Библиографический список

1. ISO 10011-1:1990 // ISO URL: [http://www.iso.org/iso/catalogue\\_detail.htm?csnumber=17940](http://www.iso.org/iso/catalogue_detail.htm?csnumber=17940) (дата обращения: 20.06.2015).
2. Аудит систем качества // KPMS URL: <http://www.kpms.ru/Audit.htm> (дата обращения: 20.06.2015).
3. Герасимова Е.Б. Формирование и развитие процедур операционного аудита систем менеджмента качества предприятий и организаций / Е.Б. Герасимова // Вестник ЧелГУ. 2009. №1. С.141-144.
4. ГОСТ Р ИСО 10011-1-93: Руководящие указания по проверке систем качества Часть 1. Проверка. // Yondi Group URL: [http://www.yondi.ru/inner\\_c\\_article\\_id\\_1293.phtm](http://www.yondi.ru/inner_c_article_id_1293.phtm) (дата обращения: 20.06.2015).
5. ГОСТ Р ИСО 10011-2-93: Руководящие указания по проверке систем качества Часть 2. Квалификационные критерии для экспертов-аудиторов. // Yondi Group URL: [http://www.yondi.ru/inner\\_c\\_article\\_id\\_1294.phtm](http://www.yondi.ru/inner_c_article_id_1294.phtm) (дата обращения: 20.06.2015).
6. ГОСТ Р ИСО 10011-3-93: Руководящие указания по проверке систем качества. Часть 3. Руководство программой проверок. // Yondi Group URL:

- [http://www.yondi.ru/inner\\_c\\_article\\_id\\_1292.phtm](http://www.yondi.ru/inner_c_article_id_1292.phtm) (дата обращения: 20.06.2015).
7. Ефимов В.В. Внутренний аудит качества и самооценка организации: учеб. пособие / В.В. Ефимов, А.Н. Туманова. – Ульяновск: УлГТУ, 2007. – 123 с.
  8. Стандарты ISO серии 10011 // Большая библиотека URL: <http://biglibrary.ru/category38/book120/part33/> (дата обращения: 20.06.2015).
  9. Шаповал М.І. Менеджмент якості: підручник / М.І. Шаповал. – К.: Знання, 2006. – 471 с.

УДК 657.6

**С.В. Мартынов**

*Воронежский экономико-правовой институт  
amista2007@rambler.ru*

## **ПРОБЛЕМЫ ВНЕШНЕГО АУДИТА ТРЕЙДЕРОВ НА ВАЛЮТНОМ РЫНКЕ FOREX**

### **PROBLEMS EXTERNAL AUDIT OF TRADERS IN THE CURRENCY MARKET FOREX**

Аннотация: в статье обосновывается необходимость проведения внешнего аудита трейдеров в условиях нестабильности финансовых рынков в целях проведения своевременных корректирующих мероприятий их деятельности.

Abstract: The article substantiates the need for an external audit of traders in the conditions of instability of the financial markets for the purpose of timely corrective measures of their activities.

Ключевые слова: внешний аудит, трейдинг, инвесторы, риск, управление капиталом.

Keywords: external auditing, trading, investors, risk capital management.

Трейдинг представляет собой один из тех видов деятельности, где не существует четких правил, и где два разных трейдера, руководствуясь одними и теми же методами, порой получают совершенно противоположные результаты. Единственным показателем успеха на валютном рынке является финансовый результат или размер чистой прибыли. Но после первого успеха на рынке, трейдеры склонны действовать иррационально и отходить от правил, в том числе и о тех, которым они недавно следовали [2].

Дело в том, что занятость инвесторов варьируется от случая к случаю, и оказывается, абсолютное большинство после 2-х или 3-х безубыточных месяцев со дня вложения средств, теряет бдительность и оставляет трейдера без должного внимания, лишь изредка проверяя состояние торгового депозита.

Что ж, неудивительно, что после ослабления контроля «свыше», трейдер теряет чувство бдительности и при отсутствии или частичном следовании торговой стратегии появление проблем неизбежно.

Независимый аудит становится абсолютной необходимостью для защиты инвестора, не только потому, что он защищает от ошибочных действий трейдера, но так же обеспечивает инвестора необходимой информацией по множеству вопросов [1].

Одними из важных моментов на которые делается упор при анализе работы трейдера являются [3-6]:

– контроль потенциального риска: анализ сделок на определение максимально допустимого риска и управление торговой позицией для контроля убытков и максимизации прибыли, соблюдение установленных правил на общий риск портфеля и на каждую из позиций в отдельности.

– управление капиталом: важность управления капиталом лучше всего пояснить на примере анализа просадок торгового депозита. Для справки, просадка – это общая сумма денег, которую вы теряете выраженная в процентах от общего объема депозита. Здесь является важным вопрос восстановления от просадок, к примеру, при наличии на счету \$5000 и последующей потере \$2500 для возвращения к точке безубыточности нужно вернуть не 50%, а 100%, ведь с увеличением просадки нужный процент восстановления растет геометрически. Трейдеры, не имеющие должного опыта, могут столкнуться с серьезными психологическими потерями, поэтому так важен постоянный контроль за действиями трейдера, а при возникновении критических ситуаций – своевременная помощь. Необходимо держать максимальные просадки между 20 и 25 %. Как только просадки превысят это количество, трейдеру следует прекратить торговлю, чтобы переоценить рынок и свою методику.

– определение целей: как известно, удачная точка входа – это лишь малая часть успеха. Трейдеру необходимо ставить перед собой четкие цели, согласованные с его торговой системой. По существу, как только ваша прибыль начинает превышать первоначальный риск, следует закрыть половину позиции и переместить стоп в точку безубыточности для остатка позиции. При данном методе трейдер обеспечит, в худшем случае, сделку без потерь, и у инвестора все еще имеется потенциал прибыли на остатке от позиции. Это особенно важно для краткосрочной торговли, для которой большая прибыль за одну сделку случается нечасто.

Отправной точкой в анализе работы трейдера является то, что сам трейдинг далек от принципов высшей математики и целиком сводится к пониманию целей, сопутствующих рисков и психологии. И хотя список, приведенный выше, далеко не исчерпывающий, мы полагаем, что он может оградить трейдера и, в свою очередь, инвестора от большинства проблем.

Академии, которые занимаются такими услугами, из которых ведущей является Masterforex-V, по запросам многих инвесторов решили ввести новую услугу, а именно – аудит трейдеров. Специалисты компании в состоянии провести полный независимый внешний аудит для последующего анализа и предоставления необходимой информации инвестору, включающий в себя такие услуги как:

- первоначальная проверка финансовой отчетности трейдера, его стратегии и рекомендации по найму;
- мониторинг процесса отчетности трейдера и прозрачности финансовой информации в процессе работы на доверенном счету инвестора;
- ежедневный мониторинг сделок трейдера, включая текущее видение ситуации, значительные изменения торгового депозита;
- контроль за следованием трейдера принципов торговой системы: контроль риска и управления капиталом;
- контроль за обеспечением легальных принципов;
- ежемесячный анализ эффективности работы трейдера и его торговой системы;
- четкий анализ причин просадки счета на основе детального разбора открытия, ведения и закрытия сделки;
- персональные рекомендации трейдеру по всем текущим вопросам, в том числе по вопросу торговой стратегии (ее коррекции) трейдера;

- вскрытие и разрешение психологических проблем трейдера (принцип сезонности трейдинга);
- рекомендации инвестору по найму нового трейдера в случае недобросовестного выполнения трейдером своих обязанностей.

Таким образом, в условиях нестабильности финансовых рынков возрастает необходимость проведения аудита в целях проведения своевременных корректирующих мероприятий.

### Библиографический список

1. Ахмедов А.Э., Смольянинова И.В., Шаталов М.А. Корпоративные финансы учебное пособие. - Воронеж: ВЭПИ, 2015. - 179 с.
2. Найман Э.Л. Малая энциклопедия трейдера. – Киев: «Альфа Капитал: Логос», 2006.
3. Лиховидов В.Н. Фундаментальный анализ мировых валютных рынков: методы прогнозирования и принятия решений. – Владивосток, 2003.
4. Мартынов С.В. К вопросу о необходимости внешнего аудита трейдеров на валютном рынке Forex // Территория науки. 2014. № 4. С. 48-51.
5. Фаустова К.И. Электронная коммерция - новое направление экономической деятельности // Территория науки. 2014. № 6. С. 79-84.
6. Эрлих А. Технический анализ товарных и фондовых рынков. – М.: Инфра-М, 2006.

УДК 657.6

С.Ю. Мычка, М.А. Шаталов

Воронежский экономико-правовой институт,  
*amista2007@rambler.ru*

## ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА АУДИТОРСКИХ УСЛУГ

### PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE MARKET FOR AUDIT SERVICES

Аннотация: в данной статье рассмотрены проблемы современной аудиторской деятельности, даны ее основные характеристики. В процессе исследования авторами были разработаны некоторые предложения по совершенствованию рынка аудиторских услуг в условиях нестабильности внешней среды.

Abstract: This article describes the problems of modern auditing activities are its main characteristics. The study authors have developed some proposals for improving the audit market in an unstable environment.

Ключевые слова: аудит, рынок аудиторских услуг, регулирование аудиторской деятельности.

Keywords: audit, audit services market, regulation of auditing.

В настоящее время аудиторская деятельность весьма модифицировалась, поэтапно претерпевая изменения. Это коснулось многих сфер аудиторских процедур, предлагаемых аудитором и аудиторскими фирмами современным бизнес-структурам. Поэтому, нами видится, что вопрос

## Учет, анализ, аудит: от теории к практике

развития и совершенствования рынка аудиторских услуг на современном этапе особенно актуален.

Конечно, данный вопрос рассматривается не в первые, однако, начнем с того, в чем заключается аудиторская деятельность. Так, аудит представляет собой независимую экспертизу финансовой отчетности предприятия на основе проверки соблюдения порядка ведения бухгалтерского учета, соответствия хозяйственных и финансовых операций законодательству Российской Федерации, полноты и точности отражения в финансовой отчетности деятельности предприятия [1]. Экспертиза завершается составлением аудиторского заключения. В общем виде аудиторскую деятельность можно представить следующим образом (Рисунок 1).



Рисунок 1. Аудиторская деятельность

На настоящий момент механизм нормативного регулирования аудиторской деятельности в Российской Федерации находится на стадии становления и укрепления. Данный процесс связан с формированием новой организационно-правовой структуры рынка аудита в соответствии с нормами Закона «Об аудиторской деятельности». Так, на сегодня в нашей стране создана пятиуровневая система нормативного регулирования аудиторской деятельности (Таблица 1).

Таблица 1 – Система нормативного регулирования аудиторской деятельности в Российской Федерации

Уровень	Документы	Органы, принимающие документы
I уровень	Федеральные законы, система кодексов, указы Президента РФ	Федеральное Собрание, Правительство РФ, Государственная Дума, Президент РФ
II уровень	Постановления Правительства РФ, приказы Минфина РФ и Департамента по организации аудиторской деятельности	Правительство РФ, Минфин РФ, Департамент организации аудиторской деятельности
III уровень	Федеральные стандарты аудиторской деятельности, общероссийские (рекомендательные) стандарты аудиторской деятельности	Правительство РФ, Минфин РФ, Департамент организации аудиторской деятельности

## Учет, анализ, аудит: от теории к практике

IV уровень	Внутренние стандарты	Профессиональные аудиторские объединения
V уровень	Внутрифирменные стандарты	Аудиторские организации

Нельзя не отметить, что за последние годы в развитии аудиторской деятельности образовался ряд противоречий:

1. Аудит утрачивает доверие потребителей, т.к. существуют многочисленные случаи некачественно и неэффективно оказанных аудиторских услуг, с одной стороны;
2. Аудит поступательно проникает в различные сферы экономической и общественной жизни, с другой стороны.

В связи с этим, возникает недоверие к определенным аудиторским фирмам, но при этом необходимость функционирования данных фирм весьма остра. Следовательно, необходимо искать компромисс в виде повышения качества оказываемых аудиторских услуг, тем самым, приобретая вес на аудиторском рынке и повышая собственную конкурентоспособность среди аудиторских компаний и отдельных auditors. Тем более, что удельный вес auditors – индивидуальных предпринимателей выше, чем аудиторских компаний (Рисунок 2).

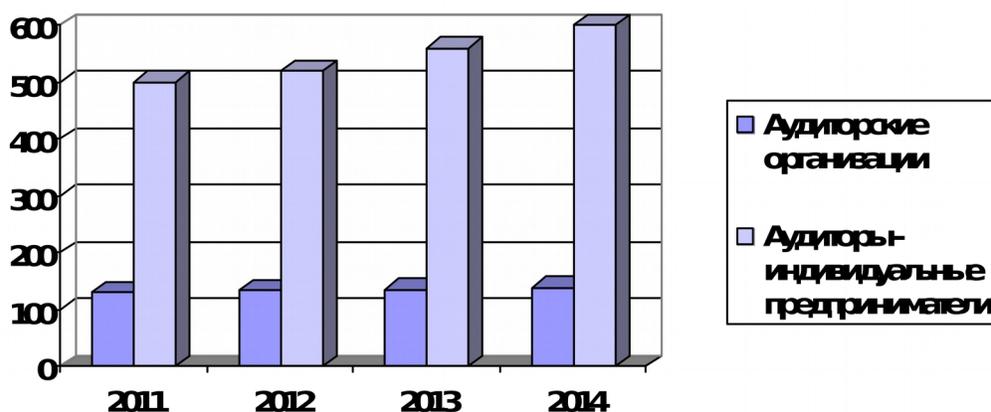


Рисунок 2. Количественный анализ существующих auditors за 2011-2014 гг.

Таким образом, повышение качества предоставляемых аудиторских услуг на рынке является весьма актуальным, т.к. ведет не только к совершенствованию качества аудита, но и эффективному позиционированию auditors как профессионала и, как следствие, максимизации прибыли от оказываемых аудиторских услуг [2] (Рисунок 3).

## Учет, анализ, аудит: от теории к практике



Рисунок 3. Схема организации системы оценки аудиторских услуг

Таким образом, исходя из данной схемы, можно сделать вывод о том, что только соблюдение всех существующих норм и регламентов с качественно организованной аудиторской деятельностью приведет к эффективному результату.

Также, нельзя не отметить, что актуальным является вопрос профессионализма кадрового состава аудиторов. Только при системе постоянного профессионального совершенствования, путем повышения квалификации, самообразования, систематического обучения возможен качественный результат и, следовательно, высокий рейтинг в профессии.

Так, в качестве одного из направлений совершенствования аудиторской деятельности нами предложено использование процессного подхода, представляющего собой эффективную управленческую концепцию, направленную на управление бизнес-процессами [3]. Применение данного подхода требует реализации внутреннего аудита, предполагающего оценку текущего состояния бизнеса, выявление на базе данной оценки проблемных областей, разработку мероприятий по оптимизации бизнес-процессов на основе рационального применения имеющихся возможностей и ресурсов (трудовых, материальных, финансовых и т.д.) в целях успешной реализации стратегии.

Таким образом, из всего вышеизложенного можно сделать вывод, что развитие и совершенствование рынка аудиторских услуг целесообразно и необходимо для дальнейшего повышения качества реализации, как самих аудиторских услуг, так и максимизации эффективности функционирования хозяйствующих субъектов в условиях нестабильности внешней среды.

Библиографический список

1. Боровицкая М. В. Актуальные направления развития и проблемы современного аудита в период модернизации экономики [Текст] / М. В. Боровицкая, В. Н. Тунегова // Экономическая наука и практика: материалы междунар. науч. конф. (г. Чита, февраль 2012 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2012. — С. 103-107
2. Шаталов М.А., Мычка С.Ю. Диверсификация как метод снижения финансовых рисков в условиях нестабильности экономики// Территория науки. 2014. № 6. С. 168-171.
3. Шаталов М.А. Совершенствование механизма управления интеграционным развитием хозяйственных образований// диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Воронежский государственный университет инженерных технологий. Воронеж, 2013.