

ЦЕНТРОСОЮЗ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

РОССИЙСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ

FUNDAMENTAL
AND APPLIED
RESEARCHES

**ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ
И ПРИКЛАДНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ**

НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ



1

2006

**Фундаментальные и
прикладные исследования**

Научно - теоретический
журнал
№1, 2006

Учредитель:
Российский университет
кооперации

Издатель:
Издательство «Наука и
кооперативное образование»

Периодичность:
6 номеров в год

Главный редактор
к.э.н., проф. Соловых Н.Н.

Редакционная коллегия:
Сероштан М.В. - президент-
ректор университета, д.э.н.,
профессор;
д.э.н., проф. Авдокушин Е.Ф.;
к.э.н., проф. Баскакова О.В.;
д.э.н., проф. Блау С.Л.;
д.ф.н., проф. Кевбрин Б.Ф.;
д.т.н., проф. Криштафович В.И.;
к.э.н., проф. Лебедев А.Н.;
д.э.н., доц. Миславская Н.А.;
к.э.н., проф. Морозов Ю.В.;
д.э.н., проф. Овсянчук М.Ф.;
д.ю.н., проф. Певцова Е.А.;
д.э.н., проф. Погодина Т.В.;
д.э.н., проф. Санду И.С.;
д.э.н., проф. Семенов А.К.;
д.и.н., проф. Ушаков А.И.;
д.ю.н. проф. Филиппов Н.К.;
д.э.н., проф. Шаркова А.В.

СОДЕРЖАНИЕ

В.Ф. Ермаков <i>Для реализации социальной миссии потребительской кооперации нужны высокопрофессиональные, по-новому мыслящие специалисты</i>	4
Г.В. Киселева <i>Историческое предназначение потребительской кооперации: служить людям и, прежде всего, самой обездоленной части населения – жителям села</i>	10
Е.В. Колосова <i>Профессиональное мастерство: пути достижения</i>	15
Н.Н. Соловых <i>Потребительская кооперация: труд, капитал, доход</i>	17
А.В. Попова <i>Проблемы историософии в трудах неолибералов на рубеже XIX-XX вв.</i>	22
М.М. Ермилов, В.Ф. Тулинов <i>Применение методов линейной фильтрации в экономическом анализе</i>	28
О.А. Горбунова <i>Участие российских эмитентов в программах выпуска американских депозитарных расписок</i>	32
С.Н. Поленова, Т.В. Бодрова, Н.А. Миславская, Л.Н. Юдина <i>Бухгалтерский учет и налогообложение приобретения товаров и материалов за наличный расчет</i>	37
Д.В. Слабинский, Л.В. Усатова <i>Амортизация как возмещение расходов на приобретение основных средств</i>	44
Л.И. Данилова <i>Сохранение имущественного комплекса – основа обеспечения конкурентоспособности потребительской кооперации</i>	49
А.Т. Васюкова, В.Ф. Пучкова <i>Минеральная ценность хлебобулочных изделий и пути ее повышения</i>	55

С.С. Садалский, Д.И. Валигурский

Новые формы и методы организации розничной торговли: перевод магазинов на метод самообслуживания _____ 58

Н.Г. Штыков

Что такое православная психология? _____ 64

7 февраля 2006 г. в университете состоялась Международная научная конференция профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов кооперативных вузов стран СНГ, посвященная 175-летию потребительской кооперации России. Организатором конференции выступил Московский университет потребительской кооперации.

В работе конференции приняли участие Коробейников Михаил Антонович, советник Председателя Совета Федерации Федерального собрания РФ, д.э.н., профессор, член-корреспондент РАСХН, Рассказов Александр Николаевич, к.э.н., начальник Управления экономики и Федеральных целевых программ Федерального агентства по сельскому хозяйству Российской Федерации, Лазарева Марина Викторовна, 1-ый заместитель председателя Правления Крымского потребсоюза Украины, учдные кооперативных вузов из 5 стран СНГ (Беларуси, Украины, Азербайджана, Молдовы, Узбекистана), преподаватели, сотрудники, аспиранты Московского университета, практические работники потребительской кооперации.

На конференции были подведены итоги научно-исследовательской работы в 2005 г. и состоялось награждение почетными грамотами университета преподавателей и аспирантов.

Отчет о работе конференции — в одном из ближайших номеров журнала.

ВНИМАНИЕ!

**НОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ОТ ИЗДАТЕЛЬСТВА
«НАУКА И КООПЕРАТИВНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ»**

ПОДПИСКА НА 2006 г. НА ЖУРНАЛ «Фундаментальные и прикладные исследования» с ЭЛЕКТРОННОЙ ВЕРСИЕЙ

ВЫ УМЕНЬШИТЕ ЗАТРАТЫ ВРЕМЕНИ

- На поиск нужной информации
- На сбор информации по единой тематике
- На подготовку аналитического обзора актуальных материалов
- На офисную работу с текстами журнала

Стоимость одного номера журнала в 2006 г. «Фундаментальные и прикладные исследования» и электронной версии журнала — 173 руб.

Также можно приобрести комплект предыдущих номеров журнала с 2003 по 2005 гг. (включительно) в электронном виде — стоимость 200 руб.

Подписку можно оформить в издательстве: 141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. В. Волошиной, д. 12; e-mail: izdat@mupk.ru.

À 2006 ãïäó ÷èðàéòà:

- о работе Международной научной конференции профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов кооперативных вузов стран СНГ по итогам научной работы в 2005 г., посвященной 175-летию потребительской кооперации России, которая состоялась в канун праздника Дня российской науки 7 февраля 2006 года;

- отчет о работе круглого стола. 30 марта 2006 г. в Российском университете кооперации состоялся круглый стол «Национальный проект развития АПК: место и роль кооперации в его реализации», организованный Научно-исследовательским институтом теоретических и прикладных проблем кооперации совместно с Институтом (факультетом) экономики Российского университета кооперации;

- «сегодня каждый руководитель должен понимать, что сила потребительской кооперации, как и любой другой организации, прежде всего, в человеческих ресурсах» – об этом статья профессора кафедры менеджмента Российского университета кооперации Елена Лорандовна Масловой «Мотивация персонала как фактор укрепления кадрового потенциала потребительской кооперации»;

- анализ экономической основы реализации социальной миссии потребительской кооперации - в статье Надежды Николаевны Соловых, проректора по научной работе Российского университета кооперации, к.э.н., профессора и Светланы Леонидовны Блау, заведующей кафедрой финансы и кредит, д.э.н., профессора;

- «одним из приоритетных направлений в деятельности потребительской кооперации становится управление имуществом. Целью управления является сохранение и развитие имущественного комплекса на основе укрепления кооперативной собственности». Вопросам сохранения имущественного комплекса как основы обеспечения конкурентоспособности потребительской кооперации посвящена статья Даниловой Ларисы Ивановны, к.э.н., доцента Якутского филиала Сибирского университета потребительской кооперации;

- «проблемное районирование субъектов Российской Федерации осуществляется для реализации на их территориях целенаправленной экономической и социальной политики. Республика Тыва – один из наиболее проблемных регионов России. Здесь особенно остро стоят задачи восстановления и развития промышленности, сельского хозяйства, повышения благосостояния и уровня жизни населения». Развитие диверсификации и ее влияние на эффективность деятельности кооперативных организаций Республики Тыва анализируется в статье М.И. Дроздовой (Сибирский университет потребительской кооперации);

- о развитии предпринимательства в условиях углубления интеграционных процессов потребительской кооперации Азербайджана в статье профессоров Азербайджанского университета кооперации В.А. Алиева и М.Б. Табасарански,

- о приоритетах научных исследований кафедры товароведения, товарного консалтинга и аудита - обеспечении каче-

ства продукции кооперативных организаций – рассказывает заведующая кафедрой, д.т.н., профессор Криштафович Валентина Ивановна;

- о механизме интеграции образования и науки на примере многоуровневого образовательного комплекса «Камчатский кооперативный техникум – Камчатский филиал Российского университета кооперации» пойдет речь в публикации руководителя филиала Татьяны Григорьевны Проценко, к.э.н., доцента;

- с проблемами развития материально-технической базы потребительской кооперации на страницах одного из номеров журнала поделится с читателями Андрей Николаевич Пахомкин, к.э.н., доцент кафедры коммерции и технологии торговли, докторант Российского университета кооперации;

- о путях совершенствования производства и ассортимента хлебобулочных изделий, вырабатываемых предприятиями потребительской кооперации читайте в статье Валентины Ивановны Заикиной и Нины Ивановны Валентиновой, кандидатов технических наук, доцентов кафедры товароведения, товарного консалтинга и аудита Российского университета кооперации;

- под рубрикой «Образование – фундамент будущего» предполагаются публикации: о нестандартных видах занятий при изучении специальных дисциплин, об обмене опытом по структуре и содержанию учебных планов и инновационных формах и методах организации учебного процесса; об андрагогических подходах в контексте непрерывного образования и др.

ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ МИССИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ НУЖНЫ ВЫСОКОПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ, ПО-НОВОМУ МЫСЛЯЩИЕ СПЕЦИАЛИСТЫ

Кардинальные перемены в современном обществе, глобализация общественных процессов, коренные преобразования в России после распада СССР породили в стране целый ряд острых экономических, социальных и политических проблем, которые приобрели характер социального вызова.

Открытие границ социокультурного пространства России, вследствие распада советской системы, породило резкое различие в образе жизни, жизненных стилей и культурных моделей разных слоев населения, закрепляющих их социальную отчужденность. Готовые модели поведения и культурные образцы широким потоком хлынули к нам с Запада. Подключение России к глобальному информационному пространству поставило этот выбор в жесткую зависимость от материального благосостояния личности. Ситуация влияния потребительских стереотипов на целостный выбор первого постсоветского поколения породила установку, говоря словами Э. Фромма, «иметь, чтобы быть».

Становление информационного общества ведет к росту культурного единообразия в различных странах мира. Под влияние западной и особенно американской экономической и культурной экспансии попала и Россия. Вестернизация культурных интересов стала проявляться в таких чертах поведения части наших людей, как прагматизм, эгоизм, равнодушие к проблемам других людей и собственной страны, жестокость, неумеренное стремление к материальным благам. Происходит коммерциализация культуры, которая, как показывает опыт многих стран мира, значительно снижает культурный уровень населения.

Наблюдается тенденция дегуманизации и деморализации произведений культуры и искусства, что проявляется, прежде всего, в принижении, деформации духовно-нравственного образа человека. При

неисчерпаемом культурном потенциале, накопленном предшествующими поколениями и нашими современниками, началось духовное обнищание народа.

Взаимосвязь обозначенных проблем закономерно породила определенную степень духовного кризиса в России. Существенным недостатком проходящих в стране реформ является чрезмерное внимание к развитию государственных, политических институтов в ущерб формированию духовно-нравственной сферы. Традиционно в нашей стране человек стремился к социальной правде, справедливости, главными для него были духовные ценности. Нравственное самоочищение и духовное обновление – основа для здорового российского общества.

Таковы важнейшие проблемы, возникшие перед страной в современных условиях эпохальных перемен в нашем обществе. Они пронизывают все без исключения сферы и области жизни страны, жизнь каждого россиянина.

Одной из важных областей социально-экономической жизни страны является деятельность потребительской кооперации России. Как отмечается в Законе Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации», «потребительская кооперация – система потребительских обществ и их союзов разных уровней, созданных в целях удовлетворения материальных и иных потребностей их членов»¹. В основе этого понятия лежит определение, данное Всемирным кооперативным конгрессом в Манчестере (1995 г.), где выделены существенные признаки кооператива: кооператив – это самостоятельная организация людей, добровольно объединившихся с целью удовлетворения своих общих экономических, социальных и культурных потребностей с помощью совместного вла-

дения демократически управляемым предприятием.

Следует особо подчеркнуть, что потребительская кооперация – это народная организация, которая опирается на следующие социальные основы: **гуманизм** как глубинный смысл кооперативной деятельности, направленный на благо человека; **равенство** как принцип, утверждающий равные права и возможности членов кооперации; **солидарность** как социальное согласие, нравственная, духовная и хозяйственная сплоченность людей, объединенных общей целью, реально проявляющейся во взаимопомощи и взаимовыручке; **демократия** как механизм саморегулирования кооперативной жизни, поддерживающий ее стабильность и обеспечивающий активное участие в ней всех пайщиков. Эти социальные основы кооперации объединяет такой важный принцип ее жизнедеятельности, как справедливость. Данный принцип традиционно присущ российскому кооперативному движению в течение всех 175 лет его существования.

За длительную историю существования потребительской кооперации делалось немало попыток извратить ее ценности и принципы. Современная потребительская кооперация также столкнулась с большими трудностями. Как составная часть социально-экономической жизни общества, она на своем пути пытается решить острые проблемы и противоречия, возникшие перед страной в конце XX и начале XXI в. В результате непродуманных и поспешных решений в начале 90-х годов начался процесс отторжения и приватизации кооперативного имущества, изгнания и оттока пайщиков из потребительских обществ. И только в результате огромной организаторской и разъяснительной работы, после принятия законов о потребительской кооперации удалось остановить разрушительные процессы. В настоящее время, когда в мире нарастают процессы глобализации, обостряется конкуренция, углубляется расслоение общества на бедных и богатых, проявляются кризисные явления в духовной жизни общества, потребительская кооперация продолжает служить людям, прежде всего, самой обездоленной части населения – жителям села.

Осознание роли потребительской кооперации в обществе во многом зависит

от понимания ее идеологии созидания, социального партнерства и гражданской ответственности. В современном социуме к таким идеям относятся: борьба с бедностью и безработицей; духовное возрождение села; новая парадигма мышления и действия кооператоров, особенно руководителей, в условиях рыночных отношений; подготовка в кооперативных образовательных учреждениях специалистов новой формации с высокими профессиональными и нравственными качествами; консолидация интеллектуальных ресурсов потребительской кооперации, всего российского общества.

Круг интересов, охватываемый потребительской кооперацией, может быть поделен на две сферы. Одной из них является хозяйственная деятельность, другой – социальная миссия.

За многие десятилетия укоренилось представление о том, что потребительская кооперация – организация, выполняющая чисто хозяйственные функции, а ее социальная миссия просто игнорировалась. При таком понимании ее роли потребительскую кооперацию нельзя отличить от какого-либо министерства в сфере экономики или любой хозяйственной структуры. Однако важнейшей особенностью потребительской кооперации, отражающей ее специфику, является то, что она призвана выполнять социальную миссию.

Социальная миссия включает такие присущие только кооперации черты, как демократия, главенствующая роль пайщиков, автономия и независимость, взаимоподдержка, просветительская деятельность, борьба с бедностью, создание новых рабочих мест и обеспечение занятости, забота о нетрудоспособных, инвалидах, пенсионерах, организация досуга населения (спортивные залы, библиотеки, кружки художественной самодеятельности), привлечение в органы управления и контроля женщин, работа с молодежью и другие. Практика показывает, что активная деятельность в социальной сфере – путь к успешному выполнению хозяйственных функций.

Наиболее актуальной задачей потребительской кооперации является борьба с бедностью. Прежде всего, это оказание помощи остро нуждающимся пайщикам, дру-

гим сельским жителям – инвалидам, ветеранам, многодетным семьям.

Другое важнейшее направление в борьбе с бедностью – занятость населения за счет:

- восстановления объемов во всех отраслях и видах деятельности, создания новых рабочих мест;

- освоения кооперативными организациями ниши бытового обслуживания на селе;

- преобразования каждого сельского магазина в заготовительный пункт, центр кооперативного участка и закупки всей продукции, выращенной населением на продажу;

- развития малых производств, в которых сельское население испытывает крайнюю нужду;

- развития подсобного сельского хозяйства в самой потребительской кооперации: аренда земли и возделывание сельхозкультур;

- широкого использования бортничества, развития народных промыслов и т.д.

В перечисленных видах деятельности проявляется самобытность потребительской кооперации.

В реализации социальной политики в борьбе с бедностью, которую ведет потребительская кооперация, помимо материальной стороны, присутствует и духовное начало. Как правило, когда речь идет о борьбе с бедностью, то имеется в виду материальная бедность, т.е. низкая зарплата, небольшая пенсия и т.д. Однако трагедия нашего времени состоит не только в материальной, но и в духовной бедности. Поэтому важной задачей потребительской кооперации является формирование у людей высоких духовно-нравственных качеств. Но о проблеме духовной бедности, духовности стоит говорить отдельно в силу особой актуальности данной проблемы как для всей страны, так и для системы потребительской кооперации.

Ранее уже отмечались кризисные явления в культуре, духовной сфере нашего общества. Эти негативные явления отражаются и на многомиллионном сообществе потребительской кооперации.

Наряду с теоретическим определением понятия «духовность», есть метафоричное его понимание. Оно раскрывается через эмоциональное, чувственное содержание, делает его доходчивее, человечнее.

Так, русский писатель Л. Леонов справедливо писал, что духовность есть озонный слой атмосферы, тонкий, ранимый и трудновосполнимый, который защищает человека и человечество от жестокости, равнодушия, пошлости, нравственного вырождения, грозящего гибелью цивилизации. Понятие «духовность» богато по своему содержанию, но важнейшей из его сторон является любовь к своей Родине. Любовь не только тогда, когда она благополучна, богата и сильна. Как писал известный русский философ и публицист В. Розанов, «счастливую, великую Родину любить не велика вещь. Мы ее должны любить, именно когда она слаба, мала, унижена».

Следующей стороной образного содержания духовности является любовь к своей малой Родине, т.е. к месту, где мы родились.

И, наконец, духовность – это способность сострадания, т.е. способность сопереживать, чувствовать боль другого человека так же, как свою.

Образно и глубоко определил духовность выдающийся украинский философ Г. Сковорода: «Духовность – это то, что делает траву травой, дерево – деревом, человека – человеком. Без души трава – это сено, деревья – дрова, человек – труп (или животное)».

В многовековой истории России подлинным хранителем духовности всегда был простой народ, особенно российское крестьянство. Русская классическая культура, в частности литература, была выразителем духа крестьянской России, общинного уклада деревни. Общинное землепользование во многом и определило такие черты духовности крестьянина, как взаимопомощь, сострадание к чужой беде, справедливость, любовь к Отечеству. Последнее качество красноречиво проявилось в русском солдате (крестьянине в шинели), в различных войнах, прославивших русскую армию.

Современная потребительская кооперация реализует свою деятельность, прежде всего, в крестьянской среде. Поэтому перед ней стоит важная и благородная задача – возродить и отстоять высокие духовные традиции российской деревни. Именно на решение этой задачи нацелена социальная деятельность потребительской кооперации.

Наша духовная культура, духовность, которой всегда была сильна Россия, в опас-

ности. Мы можем завтра проснуться в своих собственных постелях, но уже не в России. Все вокруг будет тем же самым, но уже чужим, лишенным родного духа и смысла. «Допустить мирную духовную интервенцию – позор больший и непоправимый, чем отдать Отечество на полях битвы», – писал В. Распутин.

В данных условиях потребительская кооперация делает немало, чтобы сохранить нравственно здоровую душу человека. Большую пользу в этом деле приносят, например, и неформальное общение, и организация коллективов художественной самодеятельности, пропагандирующих народное творчество, и создание молодежных центров досуга, спортивных секций, библиотек при кооперативных магазинах.

На образцах высокой культуры следует воспитывать молодежь. Она является нашим будущим, а потому кооперативные организации уделяют большое внимание работе с молодежью: широко пропагандируют идеи, принципы и ценности кооперации в молодежной среде.

Для реализации социальной миссии, борьбе с материальной и духовной бедностью потребительской кооперации требуются высокопрофессиональные, по-новому мыслящие специалисты, способные к творческому подходу в любой сфере деятельности. Действительность рыночных отношений, кардинальных перемен во всех областях экономики и культуры предъявляет к специалисту потребительской кооперации высокие требования. Ему необходимо обладать знаниями основ научной организации труда и управленческой деятельности, учитывать постоянно меняющуюся обстановку и принимать адекватные решения, быть творцом новых идей, обладать высокими нравственными качествами.

В условиях кардинальных перемен и необходимости решения масштабных задач потребительская кооперация вправе рассчитывать на значительный научный потенциал наших вузов.

Как уже отмечалось, качественное изменение социально-экономических отношений настоятельно требует рестройки мышления кадрового состава потребительской кооперации. Однако формирование современного мышления, особенно в условиях экономического и социально-полити-

ческого кризиса нашего государства – архисложная проблема. Возродить и перестроить экономику, сформировать новые политические институты, создать новую социальную реальность значительно проще, чем изменить сознание миллионов людей.

Перестройка мышления управленческих кадров потребительской кооперации в соответствии с требованиями сегодняшнего дня является одной из важных задач профессорско-преподавательского состава наших вузов. В этой связи возрастает роль гуманитарных дисциплин, философии, социологии, политологии, психологии и других общественных наук. Гуманитарное образование имеет своей целью, прежде всего, формирование homo sapiens – человека мыслящего, нравственного, что в наибольшей степени отвечает сущности и характеру кооперативного движения, его базовым социально-нравственным ценностям.

Известно, например, что потребительская кооперация работает не ради прибыли, а с целью удовлетворения экономических, социальных, культурных и других потребностей своих членов. Данная особенность потребительской кооперации обуславливает ее коренное отличие от всех других хозяйственных организаций. Но наряду с этим она существует в рыночном пространстве, где прибыль служит основным источником производственного и социального развития любого предприятия. Стремление к прибыли, конкурентоспособность являются основой рыночного хозяйствования. Сложность существования потребительской кооперации как социально ориентированной системы в рыночных условиях составляет в настоящее время главное диалектическое противоречие в ее функционировании. Осознавая подобное противоречие, специалисты потребкооперации, ее руководящие кадры должны искать оптимальные пути его разрешения.

Творческое мышление специалиста – это умение видеть объект своей деятельности в развитии, анализируя, как он возник, какие этапы прошел в своем движении, чем стал в настоящее время. На данной основе можно научно предвидеть перспективы его дальнейшего развития, в частности, быть готовым к неизбежным переменам в деятельности потребительской кооперации.

Вместе с тем проблема гуманитаризации образования в наших вузах до сих пор остается не решенной. Следует признать, что данная проблема присуща всему вузовскому образованию страны.

В эпоху техногенной цивилизации в жизни общества, в его общественном сознании возобладали тенденции технократизма. И как следствие – сформировалось так называемое технократическое мышление, которое пронизывает не только технические, естественные науки, но и гуманитарное знание. Подобное мышление может быть свойственно и политическому деятелю, и представителю художественной интеллигенции, гуманитария, педагогу и воспитателю. Технократическому мышлению чужда мудрость, для него не существует категорий нравственности: совести, чести, человеческих переживаний, ответственности. Существенной особенностью такого мышления является взгляд на человека как на обучаемый программируемый компонент системы, как на объект самых различных манипуляций, а не как на личность, которой присущ индивидуальный, богатый внутренний духовный мир.

«Знание без нравственной основы ничего не значит», – говорил Л. Толстой. Ставя цель достичь определенного уровня профессиональных знаний, умений и навыков у обучаемых в процессе образования, упускается из виду формирование духовного мира личности, ее нравственных качеств, эстетического вкуса. Во многом это определяется тем, что вся система образования слепо копирует растущую дифференциацию науки и стремится объять необъятное, дать знания «обо всем», что приводит к принижению историко-социокультурной, философской составляющей знаний, утрате образованием воспитательного, нравственного, личностно-духовного компонентов. Кроме того, усиливаются рационализация в обучении, доминирование в нем идеи «наукоучения», а также массовая компьютеризация, которая при всех ее достоинствах при чрезмерном ее использовании таит в себе угрозу усиления технократического мышления как у преподавателей, так и у студентов. Следует также отметить, что в последние годы проявляется тенденция недопонимания, а подчас и высокомерного отношения к нравственно-эстетическому

образованию и воспитанию студентов, а также недооценка общественных наук в целом. Это отразилось на сокращении количества аудиторных учебных часов гуманитарных дисциплин.

В последнее время становится все более актуальной проблема гуманитаризации обучения всей системы подготовки специалистов, в том числе специалистов потребительской кооперации. Вузовская система потребительской кооперации в первую очередь должна готовить высококонтактную, духовно богатую личность. Формирование личности, обладающей высокими нравственными качествами, развитым гражданским сознанием, высокой политической культурой – залог того, что эта личность с большой ответственностью овладеет глубокими профессиональными знаниями, станет хорошим специалистом в области финансов, бухгалтерского учета, менеджмента и т.п. Гуманитаризация обучения в целом позволяет восстановить целостность человека, гармонизировать его внутренний мир, сформировать духовные качества студента.

Говоря о необходимости воспитания будущих специалистов, следует обратить внимание на ряд важных задач, которые необходимо решать вузам в воспитательном процессе.

Главная задача в этом процессе – наибольшая реализация студентом своих способностей и возможностей, полное самовыражение личности. Основными социально-психологическими качествами, лежащими в основе развитой личности, являются активность, стремление к реализации себя и сознательное принятие идеалов общества, превращение их в глубоко личные для человека ценности, убеждения и потребности. Такие качества должны быть сформированы у будущего специалиста потребительской кооперации.

Одна из центральных задач воспитания состоит в том, чтобы сформировать у студента гуманистическую направленность его личности. Это значит, что в мотивационно-потребностной сфере личности общественные побуждения, мотивы социально полезной деятельности должны устойчиво преобладать над эгоистическими мотивами. Что бы ни делал человек, о чем бы он ни думал, в мотив его деятельности должно

входить представление об обществе, другом человеке.

Самое главное духовно-нравственное качество, которое должно быть сформировано у студента в вузе – это действенность его мировоззрения, морально-нравственных идеалов и убеждений. Молодой человек, входящий в трудовую жизнь, должен не только думать, но и действовать по совести, в соответствии со своим мировоззрением.

Исходя из вышесказанного перед профессорско-преподавательским составом высших учебных заведений, вузовской на-

укой стоят важные задачи по подготовке высококвалифицированных кадров, обладающих творческим мышлением, широтой мировоззренческого кругозора, методологией решения задач в сложной и противоречивой обстановке. Однако приоритетной задачей сегодня является воспитание у будущих специалистов высоких духовно-нравственных качеств.

***В.Ф. Ермаков,
Председатель Совета Центросоюза
Российской Федерации,
д.э.н., профессор***

¹ Закон Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации». – М., 2003. С. 4.

ИСТОРИЧЕСКОЕ ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ: СЛУЖИТЬ ЛЮДЯМ И, ПРЕЖДЕ ВСЕГО, САМОЙ ОБЕЗДОЛЕННОЙ ЧАСТИ НАСЕЛЕНИЯ – ЖИТЕЛЯМ СЕЛА

Потребительская кооперация в период системных изменений в социально-экономическом и политическом устройстве России не изменила своим пайщикам, не предала их, оправдав свое историческое предназначение: служить людям и, прежде всего, самой обездоленной части населения – жителям села.

В XXI век страна вступила с высоким уровнем безработицы, резким снижением жизненного уровня, нарастанием социальной напряженности, растущей дифференциацией доходов, демографическим кризисом, утратой населением доверия к власти, нравственной и моральной деградацией.

Все признаки системного кризиса в нашей стране – налицо. Результаты реформ не оправдали ожиданий. Профессор МГУ С.Меньшиков в интервью газете «Труд», отвечая на вопрос о российском капитализме, говорит: «Он очень национальный. Ленин полагал, что достаточно изменить форму собственности, заменить частную на государственную – и получится социализм. Современные российские реформаторы оказались настоящими ленинцами с обратным знаком. Они заявили, что если государственную собственность сделать частной, то сразу возникает капитализм и материальное благополучие. На практике и в том, и в другом случае пришлось заплатить резким ухудшением условий жизни».

За все годы реформ лучше стала жить лишь одна и без того обеспеченная группа населения – примерно 20% россиян, доходы остальных 80%, напротив, упали. При этом доля транспортных и коммунальных услуг – в бюджете семьи резко возросла. Деньги на их оплату изымаются за счет ухудшения питания. В стране наблюдается значительная смертность, которую никак нельзя объяснить только наркоманией, пьянством и гибелью от несчастных случа-

ев. Их доля в причинах смертности составляет лишь 10 – 15%.

По мнению академика Д. Львова, реформы, которые мы проводим, не соответствуют внутреннему миру человека; поэтому мы живем в состоянии постоянного стресса, поэтому умираем от сердечно-сосудистых заболеваний. Особенно показателен феномен «русского креста», когда в 2001 г. впервые в России линия смертности пересекалась с линией рождаемости. По данным Федерального агентства по статистике, за последние 10 лет население России сократилось на 9 млн. человек. Демографы предсказывают: к 2050 году население страны будет составлять 100 млн. человек, то есть сократится на 45 млн. человек.

Постоянное сельское население России – около 39 млн. человек, или 27% населения страны, из них трудоспособного населения примерно 21 млн. человек. Убыль сельского населения составляет более 200 тыс. человек в год. С 1989 г. отмечается устойчивая тенденция сокращения удельного веса сельского населения в возрасте, моложе трудоспособного. По данным социологических опросов 36% респондентов заявили, что не хотят иметь детей. Уменьшилась в российской деревне доля многодетных семей. Это результат низкого уровня жизни. По оценкам ООН, если человек живет на 1,5–2 долл. в день – это нищий. В сельском хозяйстве России средняя заработная в месяц составляет менее 2 тыс. рублей. Таким образом, согласно этим данным, все трудоспособное сельское население страны оказывается за чертой бедности. И хотя правительство заявляет, что на селе большая доля побочных доходов, которые трудно поддаются учету, это не объясняет и не опровергает тезис о низком уровне жизни сельского на-

селения. О крайне неблагоприятном состоянии сельского населения говорит тот факт, что показатель смертности на селе увеличился в 1,6 раза.

Правительство забыло о межотраслевых балансах, о своей ответственности за перераспределение ресурсов в условиях многоотраслевой экономики, о наличии депрессивных отраслей и регионов. Складывается впечатление, что все ресурсы направляются на развитие сырьевых отраслей, а все другие обречены на деградацию и вымирание.

И не случайно Путин В.В. обращал внимание на необходимость выработки некоторых социальных критериев оценки деятельности правительства. Накануне вступления в ВТО наши партнеры предлагают оставить финансовую помощь селу на сегодняшнем и без того низком уровне. В США субсидируется более 25% от стоимости продукции, в странах ЕС – почти 50%, а в России прямая господдержка составляет не более 10%. Будут открыты границы для импорта продовольствия. Это означает крах российской деревни и полную продовольственную зависимость от Запада. Товарное производство из крупных и средних коллективных хозяйств перемещается на сельские подворья. Там производится до 2/3 молока, мяса, овощей, 86% картофеля. Учитывая крайне низкую энергооборуженность сельских домашних хозяйств, эти результаты достигаются за счет сверхусилий сельских жителей, за счет их природной тяги к земле, к сельской общине. Но запас этой прочности не вечен.

В этих нелегких условиях потребительская кооперация взяла на себя значительную долю ответственности не только за 8 млн. пайщиков, но и по сути дела решение государственных задач по возрождению российского села, мобилизуя весь свой производственный и интеллектуальный потенциал.

Мировой кооперативный опыт, частью которого является российская кооперация, свидетельствует о том, что кооперация – неотъемлемая часть современной экономической системы, а кооперативы – это не только тип производства или форма хозяйствования. Кооперативы – это экономически обоснованная идеология выживания, прежде всего сельскохозяйственного производителя в жестких условиях рыночной эко-

номики, неотвратимой глобализации мирового экономического пространства.

В полной мере к потребительской кооперации можно отнести слова А.И. Солженицина: «Всем нужно приобщиться к русской национальной традиции, к нашей вере и истории. Нужно научиться ощущать себя частицей своей семьи, своего рода, а затем своей страны и народа. Только этот стержень поведет нас к жизни».

Возрастающая ценность кооперации в России связана с тем, что приоритетным направлением ее развития является усиление социальной деятельности, которая оказывает огромное влияние на всю систему экономических, политических, правовых, нравственных отношений общества, позволяет значительному числу людей самостоятельно решать экономические и социальные проблемы. Понимание всей остроты момента обусловлено осознанием того, что стремительно разрушается сам уклад сельской жизни, утрачивается связь поколений, деформируются моральные и нравственные принципы, на которых испокон веков стояла и стоит российская деревня, а значит – и сельское кооперативное движение.

Центросоюз России много делает для формирования нового имиджа потребительской кооперации. Но, к сожалению, осознают это не все, лишь наиболее передовые руководители. Большинство же руководителей по-прежнему оценивают работу потребительской кооперации по ее доле в товарообороте территории. Эта оценка основана на устаревших взглядах.

«Потребительскую кооперацию отличает от других субъектов предпринимательства кооперативная самобытность, ее статус некоммерческой социально ориентированной общественной системы с человеческим лицом» – это слова Председателя Совета Центросоюза Российской Федерации Ермакова В.Ф. В самой природе потребительской кооперации заложены нравственные принципы и правила хозяйствования, на которых и возможна реализация национальной идеи, возрождение страны.

Всемирный Русский народный собор сформулировал эти заповеди, близкие по смыслу кооперативным принципам:

– «Не забывая о хлебе насущном, нужно помнить о духовном смысле жиз-

ни. Не забывая о личном благе, нужно заботиться о благе ближнего, благе общества и отчизны» (заповедь 1).

– «Богатство – не самоцель. Оно должно служить созиданию достойной жизни человека и народа» (заповедь 2).

– «Культура деловых отношений, верность данному слову помогает стать лучше и человеку и экономике» (заповедь 3).

– «Государство, общество, бизнес должны заботиться о достойной жизни тружеников, а тем более о тех, кто не может заработать себе на хлеб» (заповедь 4).

Все эти заповеди исповедует потребительская кооперация, реализуя социальную миссию. Миссия – это ответственное поручение, задание; предназначение; признание. Применительно к потребительской кооперации можно сформулировать определение миссии такими словами: социальная миссия потребительской кооперации – это ответственное поручение, которое соответствует изначальному предназначению организации и выполняется людьми, для которых такая деятельность стала призванием.

С полным основанием можно говорить о вполне самостоятельной социальной отрасли потребительской кооперации. В ней действует 30 700 стационарных предприятий и пунктов по оказанию бытовых услуг, заказы на них принимают более 37 тысяч пунктов. Населению предоставляется 140 видов различных услуг, а общее их число составляет 197 тысяч. Казалось бы, сделано многое. Но надо и можно сделать значительно больше.

А.В. Чайнов писал: «Сторон жизни, куда может проникнуть кооперация, бесконечное множество». Действительно, потребность людей в этих и других услугах неизмеримо больше. И потребительская кооперация в состоянии сделать так, чтобы удовлетворить нужды людей. У потребительской кооперации – большой экономический потенциал.

Научно-практические конференции выработали рекомендации, которыми потребительская кооперация должна руководствоваться в социальной и экономической деятельности.

В области торговли. Развивать оптовую торговлю. Активнее внедрять методы самообслуживания; продлять время работы магазинов; открывать специализирован-

ные магазины; увеличивать продажу непродовольственных товаров; насыщать магазины качественными и доступными по цене товарами; увеличивать удельный вес продукции собственного производства, уметь подать ее в достойном оформлении; торговать в городах, участвовать в; повышать культуру торговли.

Следует противостоять международным и национальным торговым сетям. Они уже пересекают границы областных центров и начинают проникать в крупные города и районные центры, а затем и в крупные села. Необходима интеграция торговой сети и общественного питания.

В кооперативной промышленности конкурентоспособность зависит от концентрации производства, внедрения новой техники и современных технологий. Продовольственные товары потребительской кооперации – хлеб, колбасные, кондитерские и другие изделия – должны быть особыми, неповторимыми для потребителей, отличаться от продукции других производителей натуральным составом, качеством, экологической чистотой, справедливой ценой, чистым весом и точной мерой.

В области закупок главная проблема – сбыт продукции. В 2004 году кооперация закупила сельхозпродуктов и сырья более чем на 10 млрд. руб., обеспечив занятость в личных подворьях 530 тысяч жителей села. Но это лишь малая доля того, что выращивает население.

Увеличению объемов закупок способствует собственная переработка молока и мяса, создание скотобойных пунктов. Активнее следует участвовать в конкурсах и тендерах по поставкам картофеля и овощей для государственных и муниципальных нужд. Большой эффект дает выездная торговля сельскохозяйственной продукцией в городах, на промышленных предприятиях.

В сфере бытовых услуг еще много свободных ниш. Нужен системный подход. Центросоюз принял постановление: создать в каждом районе кооперативный Дом быта. Пока их всего 56. Но только так можно вывести сферу обслуживания в разряд рентабельных, обеспечить широкий набор разнообразных услуг, повысить их качество. Сельские жители вправе рассчитывать на получение услуг в местах компактного проживания. Особенно это актуально в усло-

виях Сибири с ее просторами и значительными расстояниями между населенными пунктами.

В некоторых потребительских обществах, где созданы Дома быта, сфера услуг по своим объемам и уровню рентабельности становится вровень с традиционными отраслями.

В управлении кадровым потенциалом успех деятельности определяет не размер капитала, а качество кадров. Будущее кооперации, преимущество в ее деятельности должны обеспечить профессионально подготовленные кадры, которым создана материальная и моральная мотивация к труду.

Потребительская кооперация – самодостаточная организация. Она имеет разветвленную образовательную сеть. Практически в каждом регионе есть средние или высшие образовательные учреждения потребительской кооперации. Это – 3 университета с 34 филиалами, 3 института, 59 техникумов и колледжей, 3 профессиональных училища. В учебных заведениях системы обучаются более 160 тысяч студентов. Их педагогические кадры обладают высокой квалификацией. Среди преподавателей вузов 185 имеют ученую степень доктора наук, 1200 – кандидата наук, ученое звание профессора имеют 200, доцента – 740 преподавателей. Это резерв, который следует эффективно использовать, готовить кадры непосредственно на производстве, возродить наставничество.

Особого внимания требует молодежь, от пополнения которой зависит преимущество кадров в организациях и предприятиях. Улучшение работы с кадрами следует начинать с разработки программ социального развития коллектива на 3–5 лет вперед, заполнить вакансии, организовать систему тестирования на профпригодность, особенно работников социальной сферы.

Кооперативные организации и учебные заведения зачастую решают свои задачи обособленно друг от друга. Поэтому Центросоюз РФ принял решение о перестройке кооперативного образования. Учебным заведениям необходимо переориентироваться с учетом требований современного рынка, вводить новые востребованные рынком труда специальности, работать с потенциальными студентами, начиная со школы, приближать обучение к местам проживания.

Требуется и встречное движение – со стороны потребительских обществ и союзов. Надо создавать на местах условия для профессионального роста молодежи, обеспечивать достойную оплату труда, предоставлять молодым семьям льготные ссуды на приобретение жилья, обзаведение хозяйством.

Нормой жизни в кооперативных организациях становятся милосердие, сострадание, душевность, совесть, ответственность. Этим потребительская кооперация во многом обязана сотрудничеству с Русской Православной Церковью, другими религиозными конфессиями. Всегда надо помнить: состояние экономики напрямую зависит от нравственного, духовного состояния личности. Без высокой духовности и нравственности не может быть истинного кооператора.

Любая организация, которая не ставит целью идти навстречу изменениям и быстро меняться вместе с окружающей действительностью, не жизнеспособна.

Несомненной ценностью всех научно-практических конференций является то, что сформирована современная модель потребительской кооперации, как организации, занимающейся наряду с хозяйственной социальной деятельностью. Модель сформирована новая, а мышление у части работников потребительской кооперации, в том числе у руководителей, осталось старое. Это противоречие – одна из основных причин, тормозящих развитие потребительской кооперации.

Руководитель, способный осознать новые реалии, стать инициатором перемен, генератором идей, влиять на работников, побудить их трудиться для достижения цели, признается настоящим лидером. Лидер тот, кому удается создать команду единомышленников и последователей, чтобы повести их за собой, выполняя высокое социальное предназначение.

Изменить мышление и действовать по-новому – это значит мыслить социально-нравственными категориями и действовать в интересах людей. Лидер кооперативного движения на любом уровне встроен в систему властных, политических, экономических, социальных, национальных, культурных отношений. Он должен быть ориентирован на изменение кооперации в меняющейся рыночной экономике, стать стой-

ким и последовательным защитником пайщиков от авторитарных проявлений властных структур, уметь использовать преимущества потребкооперации, которая по природе своей и целям является организацией, функционирующей не только по законам рациональной эффективности, но и по канонам нравственности и духовности.

Новые направления деятельности – это не только наш отклик на нужды и запросы населения, но и укрепление авторитета потребительской кооперации. И в ряде регионов, как ответная реакция – поддержка власти. А.В. Чаянов писал: «Кооперация и государство – это вода и огонь, но если их согласовать, то из воды и огня получится паровая машина, способная сделать огромную полезную работу».

Потребительская кооперация имеет реальные резервы для повышения заработной платы – и не в будущем, а уже сейчас. С января 2005 г. снижен размер единого социального налога. Экономия остается в распоряжении кооперативных организаций. Надо найти золотую середину: направить эти средства на повышение зарплаты и решение социальных вопросов.

Не следует забывать о ветеранах потребительской кооперации, которые посвя-

тили ей всю жизнь. Нужно повышать социальную защищенность тех, кто работает в кооперации, организовать накопление средств для будущих пенсий через негосударственные пенсионные фонды. Все это относится к человеческому фактору, без учета которого нельзя добиться заметных успехов в социально-экономическом развитии потребкооперации.

Пайщик – хозяин потребительской кооперации, ее основа. Но во многих потребсоюзах эта основа становится непрочной. При малом числе пайщиков возникает опасность трансформации организации потребительской кооперации в производственный кооператив или частный бизнес. Этого нельзя допустить. Следует информировать жителей села о деятельности кооперативных организаций, пополнять ряды пайщиков.

Все это – наши внутренние проблемы и задачи, от решения которых зависит будущее потребительской кооперации в XXI веке.

Г.В. Киселева,
Председатель Правления Центросоюза
Российской Федерации,
к.э.н., профессор

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ МАСТЕРСТВО: ПУТИ ДОСТИЖЕНИЯ

Ум – не что иное, как хорошо организованная система знаний.

К.Д. Ушинский

Рыночные условия хозяйствования, характеризующиеся обострением конкурентных отношений, глобальной информатизацией, ростом коммуникативных связей, социальных противоречий, обострили проблему подготовки высококвалифицированных специалистов, обладающих высоким творческим потенциалом, способных быстро адаптироваться к нестабильным современным условиям производства и эффективно включаться в решение производственных задач.

На необходимость подготовки выпускников, способных выполнять производственные задачи без длительного адаптационного периода, неоднократно указывалось и на научно-практических конференциях, проводимых с участием представителей учебных заведений потребительской кооперации России.

Решение поставленной учредителем задачи рассматривается в университете как приоритетное направление.

Учитывая, что скорость осваивания профессиональных навыков во многом определяется уровнем творческих способностей и уровнем развития самоорганизации личности, нами на основе интервьюирования выявлены качества, характеризующие способность личности к созиданию и самоорганизации.

Анализ результатов интервьюирования позволил структурировать качества личности в виде двух групп:

- качества, способствующие самоорганизации личности;
- качества, характеризующие творческую активность личности.

Характеристиками уровня самоорганизации будущего специалиста является совокупность следующих качеств и свойств:

1. Работоспособность: дисциплинированность; способность мобилизовать силы; трудолюбие; целеустремленность.

2. Инициативность: оптимистичность; конструктивность; коммуникабельность; способность идти на риск.

3. Волевые качества: настойчивость; сосредоточенность; воля; усидчивость.

4. Стремление к самосовершенствованию: самооценка; самоанализ; самоуправление; самоконтроль.

5. Независимость: самостоятельность в действиях; ответственность за принятие решений; уверенность в принятых решениях; умение не пренебрегать мнением коллег.

6. Результативность: увлеченность делом; целенаправленность; порядочность; безукоризненность; ориентация на результат.

Уровень творческих способностей будущего специалиста можно оценить, используя следующую группу качеств и свойств:

1. Аналитические способности: аналитический склад ума; дальновидность; предусмотрительность; интуиция; скорость реакции.

2. Критичность мышления: анализ информации; перфекционизм; стремление к самовыражению.

3. Креативность: оригинальность; индивидуальность подходов; способность к достраиванию образов; фантазия.

4. Системность: последовательность; вдумчивость; способность выделять главное и второстепенное.

Уровень самоорганизации личности и его творческих способностей по приведенным критериям может быть оценен с помощью известной 4-х балльной шкалы: если данное качество характерно для личности (может быть оценено на «отлично»), выставляются баллы от 1 до 0,75; если менее характерны (может быть оценено как «хорошо»); выставляются баллы от 0,74 до 0,5; если характерны в незначительной степени (может быть оценено как «удовлетворительно»), выставляются баллы от 0,4 до 0,25; если качества не характерны для личности (может быть оценено на «неудовлетворительно»), то выставляются баллы от 0,24 до 0.

Среднее арифметическое значение укажет на высокий, средний или низкий уровень самоорганизации или творческих способностей. Зная структуру собственного по-

тенциала и индивидуальные особенности, можно сознательно влиять на собственную творческую идентичность, добиться максимальной продуктивности деятельности.

Учитывая, что современные молодые люди – будущие специалисты, формируются в системе, в которой отсутствуют такие общественные организации, как пионерия, комсомол, а, следовательно, отсутствует система развития творческих способностей, в Институте пищевых технологий и ресторанного бизнеса университета активно внедряются технологии управления индивидуальной самоорганизации личности, что в свою очередь развивает креативность мышления будущего специалиста, способствует его продуктивной деятельности, раскрытию духовно-творческого потенциала.

Проводимые в университете мероприятия, такие, как дебаты, ролевые игры, конкурсы профессионального мастерства, действующая система внутреннего аудита качества учебно-научно-производственного комплекса, система самоуправления направлены на развитие у студентов профессионального мастерства, креативности, самоорганизации. Ведь творческие способности на 80% обусловлены обучением, воспитанием и самовоспитанием. Известный философ Томас Эдисон отмечал: «Гений – это один процент таланта и девяносто девять процентов труда».

В Институте пищевых технологий и ресторанного бизнеса с целью приобщения студентов к будущей профессии, развития способности к самосовершенствованию, самоорганизации и творческих способностей традиционно проводятся Дни специальности, студенты принимают участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-презентациях, участвуют в арт-

классах, мастер-классах с участием зарубежных специалистов, принимают участие во встречах с работниками потребительской кооперации, известными рестораторами.

Подготовка и участие в проводимых мероприятиях развивает у студентов способность эффективно планировать и использовать время, умение продуктивно распределять имеющиеся силы на реализацию дел, получать удовлетворение от работы, достигать цели наиболее коротким путем за минимальные сроки.

Проведение мероприятий, в которых задействованы не только студенты разных институтов университета, но и преподаватели кооперативных образовательных учреждений среднего и высшего профессионального образования, практические работники способствует формированию и развитию творческого потенциала и самоорганизации системы потребительской кооперации в целом.

С целью подбора перспективных студентов, из числа которых может быть составлен резерв будущих руководителей кооперативных предприятий питания, в Институте пищевых технологий и ресторанного бизнеса планируется разработка и апробирование экспресс-методов по выявлению уровня самоорганизации и творческих способностей личности. Это позволит выявить и максимально раскрыть духовно-творческий потенциал студентов и понять пути достижения профессионального акме.

Е.В. Колосова,
директор Института пищевых
технологий и ресторанного бизнеса
Российского университета кооперации,
к.т.н, доцент

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ: ТРУД, КАПИТАЛ, ДОХОД

Позиция труда в кооперации отлична от его позиции на предприятиях, которые нацелены на максимизацию прибыли и в которых труд подчинен интересам капитала. В кооперации труд социально доминирует. Будучи добровольным объединением лиц, кооперация призвана служить и удовлетворять интересы пайщиков. Труд членов-пайщиков есть собственно кооперативный труд, он обеспечивает прочную связь пайщиков, само существование кооператива и его успех.

Потребительская кооперация, будучи некоммерческой организацией и хозяйственным предприятием, используя труд пайщиков и работников, испытывает воздействие трех самостоятельных и стратегически активных сил: членов-пайщиков, наемного персонала, общества. Все эти силы имеют свою сферу интересов, полномочий, ответственности, реализуемых в процессе функционирования и развития. Все они испытывают определенные ожидания по отношению к кооперативным предприятиям и, в свою очередь, являются объектами ожиданий с его стороны. У

каждой из этих групп существуют интересы, подчас противоположные интересам других сил влияния, например, общества.

Если каждый из разрозненных потребителей испытывает известное столкновение интересов и соперничество между собой, то в кооперации индивидуальный интерес солидаризируется и превращается в коллективный, поднимается на уровень общественного.

Наемный персонал потребительского общества заинтересован в высокой заработной плате, безопасности труда, участии в управлении, длительном отпуске, удобном распорядке короткого рабочего дня, в удовлетворении работой.

Общество заинтересовано в помощи малообеспеченному населению, увеличении налогового вклада потребительской кооперации в бюджеты разных уровней, сохранении убыточных магазинов в отдаленных селах, в обеспечении полной занятости сельского населения, рисунок 1.

Экономическими мотивациями участия пайщиков в деятельности потребительской



Рис.1. Сфера интересов членов-пайщиков, общества и наемных работников

кооперации являются уменьшение расходов при приобретении товаров, а также увеличение личных доходов. Причем доходы для пайщика означают экономию его личных средств, а значит, эти доходы формируются в сфере потребления, а не обращения товаров. Общими усилиями, солидарно пайщики стремятся достичь поставленных целей. Каждый из них сознательно и до известной степени сдерживает личные интересы, считаясь с интересами других членов-пайщиков. Делается это потому, что каждый член кооператива извлекает из солидарной деятельности больше выгод, чем те, которые он имел, оставаясь изолированным индивидуальным потребителем. Пайщики выступают объединенными в единую покупательную силу, как один покупатель.

Своеобразна в кооперации и экономическая роль капитала. Капитал потребительской кооперации есть технико-хозяйственный фактор, он не превращается в орудие социально-экономического господства, он свободен от целей свойственных ему в частных предприятиях, компаниях, ориентированных на учредителей или инвесторов. Владелец денежных средств, который предоставляет деньги в распоряжение предприятия, чтобы оно использовало их в своей деятельности, всегда получает вознаграждение. Но, если в компании, работающей на инвесторов и нацеленной на максимизацию прибыли, вознаграждение является частью прибыли компании, то в кооперативе, нацеленном на предоставление преимуществ своим членам, вознаграждение заранее зафиксировано на уровне известной действующей процентной ставки.

Капитал необходим любому кооперативу, который должен функционировать как самообеспеченное и самокупаемое предприятие. Существует три источника образования капитала в кооперации: средства участников кооперативов, собственная хозяйственная деятельность и другие источники – внешние инвестиции.

Паевые взносы позволяют кооперативу образовывать собственный капитал путем использования средств членов-пайщиков. Паевой капитал имеет свои достоинства и недостатки. Положительным является то, что паевые взносы воспитывают предусмотрительность среди членов, заставляя их с большим вниманием относиться к делам кооператива, чувствовать свою связь с ним и от-

ветственность за него. Кроме того, создание паевого капитала обеспечивает известную кредитоспособность, так как помимо самих членов с их ответственностью по долгам кооператива создается реальный капитал, который может послужить при покрытии этих долгов. Отрицательная сторона паевых взносов заключается в том, что они сохраняют индивидуальную природу, остаются частным достоянием своих владельцев и подлежат востребованию (в случаях, предусмотренных законодательством)¹.

Другим источником образования капитала служит собственный хозяйственный оборот или доходы от хозяйственной деятельности. Значительная часть чистого дохода идет на пополнение основного и оборотного капиталов кооператива. Пайщики предпочитают суммы, причитающиеся им в виде дохода, сложить в целое на улучшение или расширение общего дела. Постепенно кооперативные доходы становятся источником образования собственных капиталов кооперации.

Отчисления от чистого дохода в фонд развития образуют капитал, который носит общественный характер. Он составляет неотъемлемое достояние кооператива и на него не могут предъявляться требования о возврате. Общественно-кооперативный капитал принципиально отличается от капитала, ориентированного на инвестора или учредителя, так как в этих компаниях даже резервный фонд есть собственность акционеров.

Для финансирования хозяйственной деятельности кооперации отмеченных двух источников часто оказывается недостаточно, поэтому необходимо прибегать к некооперативным заемным источникам. Кооперация для собственного развития должна добывать недостающие ей денежные средства на рынке капиталов. Владельцы свободных капиталов, готовые предоставить свои инвестиции кооперации, могут рассчитывать только на получение рыночной процентной ставки за использование заемных средств.

Заемные капиталы, попадающие в распоряжение кооперации, теряют ту природу, которая проявляется в стремлении получать наивысшую прибыль. Капиталы, которыми обладают кооперативы, превращаются в служебное орудие кооперативных предприятий, так как на первом плане здесь находится человек, и основное значение придается удов-

летворению насущных потребностей людей. Пайщики не стремятся получить максимальный доход от инвестиций или обеспечить себе спекулятивный выигрыш в ущерб другим. Единственное, что остается от капиталистической природы заемного капитала – это необходимость уплаты вознаграждения за пользование. Уплата процентов является вознаграждением за пользование чужими средствами, и в кооперативе это вознаграждение всегда будет фиксированной процентной ставкой, а не частью прибыли, как в инвесторской компании. Получая чужие капиталы и расплачиваясь за их использование, кооперация должна эффективно использовать инвестируемые средства, что принесет ей явные выгоды, так как от приложения этих капиталов в своих предприятиях она получает доходы, и разница между этими доходами и уплачиваемыми процентами поступает в пользу кооперации.

Доход кооперативных предприятий носит общественный характер, не является источником личного обогащения. Часть его идет на вознаграждение за труд, а часть – на увеличение средств производства, на покрытие издержек по управлению и других расходов.

Чистый доход, который образуется после покрытия всех издержек обращения и производства, подлежит распределению между работниками, которых нанял кооператив, выплачивая им заработную плату, и самим кооперативом, как хозяйственным предприятием. Остаточная часть дохода есть кооперативный доход, который носит общественный характер и идет на укрепление материально-технической базы, увеличение оборотных средств, на покрытие организационных расходов, на осуществление общественных целей (культурных, просветительных, образовательных, благотворительных и т.п.), на кооперативные выплаты.

От объема капитала зависит экономическое и социальное развитие потребительских

обществ. В хозяйственной практике величина капитала определяется наличием основного и оборотного капитала. С использованием основного и оборотного капитала – основных фондов и оборотных средств, сбалансированностью основных фондов и оборотных средств прямо или косвенно связана устойчивость кооперативных предприятий (таблица 1).

Как показывает таблица, наблюдается тенденция постепенного увеличения оборотных средств. Недостаток собственных оборотных средств имел место в 2000 году, однако, начиная с 2002 г. происходит рост собственных оборотных средств. В 2003 и 2004 гг. наличие собственных оборотных средств составило соответственно 1712,2 и 2018,0 млн. рублей.

Основные фонды в потребительской кооперации за последние годы подвергались переоценке, и в результате их стоимость увеличилась, а цена оборотных средств снизилась. Своеобразным источником пополнения оборотных средств стали неплатежи, в основном – кредиторская задолженность. Ее размер на 01.01.2004 г. составил 11 396,6 млн. руб. (на 01.01.2003 г. – 10 502,2 млн. руб.).

В структуре оборотных средств доля денежных средств, как наиболее ликвидной их части, является минимальной, недостаточны вложения в материальные оборотные средства и дебиторскую задолженность, т.е. идет отвлечение основной массы оборотных средств из оборота. Финансовые результаты потребительской кооперации приведены в таблице 2.

Возрастание запасов на предприятиях системы потребительской кооперации связано с продолжающимся ростом цен на сырье, материалы, товары, наличием запасов товарно-материальных ценностей, приобретаемых впрок.

Как показывает таблица 2, кредиторская задолженность растет, что свидетель-

Таблица 1
Основной и оборотный капитал системы Центросоюза Российской Федерации за 2000–2005 гг.

Годы	Капитальные вложения, млн. руб.	Товарные запасы, млн. руб.	Основные средства	Оборотные средства +(наличие) -(отсутствие)
2000	1025,0	4878,2	16 041,8	-2711,9
2003	2303,0	8569,0	16 049,1	+1712,2
2004	2320,0	9032,0	16 184,9	+2018,0
2005	2750,0	10 859,2	161 002,1 (I половина 2005 г.)	

ствуется о недостаточно устойчивом финансовом состоянии потребительских обществ.

Увеличение объемов деятельности и прибыли – основное условие развития потребительской кооперации как социально ориентированной системы. В 2003 г. совокупный объем деятельности составил 110 411,0 млн. руб. (рост к 1999 году – 129,3%); за первое полугодие 2005 года – 62 337,0 млн. руб. По данным на 01.04.2005 г. количество потребсоюзов, получивших прибыль – 69. Количество убыточных хозяйственных организаций и предприятий к общему количеству – 28,1% (1436 ед.)³.

Действующие основные фонды организаций потребительской кооперации имеют высокую степень износа, что значительно снижает их реальную стоимость и негативно сказывается на финансовых показателях эффективности их использования (фондоотдаче, фондовооруженности, рентабельности).

Для улучшения использования основных фондов большое значение имеет внедрение достижений научно-технического прогресса, ориентация на самую современную технологию, совершенствование структуры основных фондов, сокращение неиспользуемых основных фондов, развитие новых форм хозяйствования. Кроме того, «пока моральный и физический износ основных фондов не достиг предела, существуют внутренние резервы наращивания объемов деятельности без масштабных инвестиций на базе незадействованных мощностей и объектов. Вовлечение незадействованных мощностей выступает «бесплатным ресурсом» экономического роста»⁴.

Вложения в основной и оборотный капитал (инвестиции) есть движущая сила любой хозяйственной деятельности.

Кооперативные предприятия имеют два основных вида финансовых ресурсов: долгосрочные финансовые средства в виде основных фондов (капитала) и краткосроч-

ные (текущие) финансовые средства. Финансовые ресурсы организаций потребительской кооперации формируются за счет собственных и привлеченных средств. Источниками формирования финансовых ресурсов являются: паевые взносы членов кооперации; доходы от собственной деятельности; кредиты; имущество, переданное потребительским обществам в безвозмездное пользование физическими или юридическими лицами; другие источники, не запрещенные законодательством.

Основными источниками финансовых ресурсов является выручка от продажи товаров, продукции (работ, услуг), за счет которой образуются валовой доход, а также амортизационные отчисления. Каждое предприятие самостоятельно принимает решение о способах начисления амортизационных сумм и их использовании, направляя их на воспроизводство внеоборотных активов.

Заемный капитал составляют банковские и коммерческие кредиты, а также кредиты пайщиков.

Соотношение величины собственного и заемного капитала Центрального Союза потребительских обществ России находится в пределах требуемых стандартов западных стран (принятое соотношение величины собственного и заемного капитала: Россия – 50/50, США – 40/60, Япония – 30/70). Вместе с тем, с учетом специфики потребительской кооперации, основным видом деятельности которой является торговая, доля заемного капитала должна быть выше.

Политика Центросоюза России, направленная на увеличение доли собственного капитала, является оправданной в связи с недостаточной прибыльностью и в связи с этим невозможностью обслуживать высокую долю заемного капитала.

Для укрепления финансовых ресурсов, создаваемых за счет собственных и заемных

Таблица 2

Финансовые результаты потребительской кооперации за 2000–2004 гг., млн. руб.²

Показатели	2000	2003	2004	2004/2000, в процентах
Кредиторская задолженность	8710,2	10 502,2	11 396,6	130,8
Дебиторская задолженность	3172,3	4384,7	4535,6	142,9
Прибыль (+), Убыток (-) без отчисления в ФРПК	+1474,2	+1912,8	+2385,4	161,8

средств, потребительские общества должны осуществлять накопление собственных оборотных средств за счет: увеличения отчислений в фонд развития потребительской кооперации; максимального начисления амортизации; минимального ее использования на капитальные вложения с направлением остальной неиспользованной части на пополнение собственных оборотных средств; использования до 50% полученной прибыли на воспроизводственные цели. Привлечение заемных средств возможно через открытие целевых счетов работникам потребительских обществ (т.е. пополнения личных счетов работников путем отчислений с премиальных доплат, вознаграждений по итогам работы за год, начисления процентов на целевые вклады работников по учетной ставке Банка России).

Выплата накопленных средств работникам может осуществляться по мере укрепления финансового состояния потребительских обществ; использования заемных средств пайщиков с выплатой процентов; планирования в необходимом объеме кредиторской задолженности; заимствования средств паевого фонда; привлечения государственного и банковского кредита.

Основные направления инвестиционной политики потребительской кооперации сформулированы в Концепции развития потребительской кооперации Российской Федерации на период до 2010 года:

- обновление объектов материально-технической базы на основе новой техники и современных технологий;
- завершение сооружения хозяйственных объектов, находящихся в незавершенном строительстве;
- расконсервация и включение в активную деятельность закрытых предприятий розничной торговли, общественного

питания и предприятий по переработке сельскохозяйственной продукции;

- максимально эффективное использование имеющихся площадей предприятий розничной торговли путем преобразования их в «магазины – приемозаготовительные пункты», занимающиеся наряду с торговлей продовольственными и промышленными товарами продажей лекарственных средств, приемом заказов на бытовые услуги, закупкой у населения сельскохозяйственной продукции, лекарственно-технического сырья, дикорастущих плодов, ягод, грибов, вторичного и кожевенного сырья, изделий народных промыслов;

- реконструкция и техническое перевооружение предприятий розничной торговли для перевода их на самообслуживание;

- строительство предприятий торговли, общественного питания, по заготовке и переработке сельскохозяйственной продукции взамен выбывающих по ветхости и аварийности;
- организация в сельских населенных пунктах с числом жителей до 100 человек мелкорозничных торговых предприятий, магазинов на дому, торгующих товарами первой необходимости; увеличение численности автомагазинов.

Источниками инвестиций, указывается в Концепции, должны стать в первую очередь собственные средства (прибыль, амортизационные отчисления, доходы), заемные средства пайщиков и населения⁵.

В условиях рыночной экономики в организациях потребительской кооперации необходимо внедрять финансовое планирование и бюджетирование.

Н.Н. Соловух,
проректор по научной работе
Российского университета кооперации,
к.э.н., профессор

¹ Статья 14 Закона Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» от 19 июня 1992 года № 3085-1.

² См.: Социально-экономическое положение потребительской кооперации Российской Федерации.- М.: Центросоюз РФ. 2004; Основные показатели социальной деятельности потребительской кооперации Российской Федерации.- М.: Центросоюз РФ. 2005; Основные показатели социально-экономической деятельности потребительской кооперации России за январь-июнь 2005 года (оперативные данные). – М.: Центросоюз РФ. 2005.

³ См.: Социально-экономическое положение потребительской кооперации Российской Федерации.- М.: Центросоюз РФ. 2004; Основные показатели социальной деятельности потребительской кооперации Российской Федерации.- М.: Центросоюз РФ. 2005; Основные показатели социально-экономической деятельности потребительской кооперации России за январь-июнь 2005 года (оперативные данные). – М.: Центросоюз РФ. 2005.

⁴ Концепция развития потребительской кооперации Российской Федерации на период до 2010 года. – М.: Центросоюз Российской Федерации. 2001. С. 49.

⁵ Концепция развития потребительской кооперации Российской Федерации на период до 2010 года. – М.: Центросоюз Российской Федерации. 2001. С. 50.

ПРОБЛЕМЫ ИСТОРИОСОФИИ В ТРУДАХ НЕОЛИБЕРАЛОВ НА РУБЕЖЕ XIX-XX ВВ.

Взгляды П.Н. Милюкова на государство и право неразрывно связаны с историософией, основным вопросом которой являются поиск закономерностей, т.е. закона развития человеческого общества в целом, и каждой страны в отдельности, изучению которого Павел Николаевич посвятил ряд работ.

Еще в 1897 г. он прочитал в Софийском университете Болгарии курс лекций о философско-исторических системах прошлого и настоящего, каждая из которых легла в основу определенного этапа развития государственности. В соответствии со своим пониманием он выделил четыре системы.

Это, прежде всего, *прагматическая система*, которая, по словам Милюкова, возникает тогда, когда «человек впервые задает себе вопрос о причине исторических событий, об их внутренней связи. Первое, что подсказывает ему простой здравый смысл – это то, что причина событий заключается в намерениях действующих лиц. Такая психологическая мотивировка событий является низшей формой причинного объяснения»¹.

Основатели этой системы выводят исторические события из борьбы человеческих страстей и интересов, на основе анализа намерений, сознательных рассуждений главного действующего лица. «Психология действующих лиц и действующих общественных групп – таков главный предмет, занимающий историка-прагмата»². Такой подход к истории ведет лишь к извлечению из истории политических уроков для государственных деятелей, он служит прагматическим целям, игнорирующим другие, в частности, моральные императивы. «В лучшие моменты, когда прагматическая история достигает своего совершенства, - подчеркивал Милюков, - все требования морали, нравственности отходят на второй план. Но прагматическая цель прагматической науки (истории) сохраняется». Такой подход был характерен для классической историографии, которая «не уходила дальше и не поднималась выше уровня простого исторического прагматизма». «С появ-

лением христианства и германцев историография пошла совершенно по другому пути, чем шла древняя историография, - взгляд богословия, который и преобладал на протяжении всех средних веков», - говорил в лекции Милюков, выделяя следующую систему³. В основе *богословской системы* лежала идея божественного промысла, Высшая Воля, которая, по словам Милюкова, «для своей цели и по-своему усмотрению вмешивается в человеческие происшествия. Мы теперь именно во вмешательстве Провидения видим нарушения закона, и которое называем чудом»⁴. Согласно этой системе, обычной ход исторической жизни представляет хаос, являющийся продуктом произвола человеческих личностей, а закон – результатом провидения божественной силы.

В основе данной системы лежало стремление «найти след закона в явлениях истории» на основе привнесения «идеи божественного плана, развивающейся при посредстве усилий человеческой личности», иными словами, признание идеи прогресса в обществе, как результата сближения человеческой истории и божественной воли.

Милюков писал, что ныне утверждается *научная система*, в рамках которой противоречие между законом истории и фактом истории, сглаженное уже в метафизическом представлении окончательно исчезло, а аксиомой становится мысль, что закон есть лишь обобщенное выражение явлений, и что явлений без законов, ни законов без явлений не бывает. «В сущности, - отмечал он, - идея закона не чужда и двум предшествующим системам: прагматической и богословской. Напротив, именно стремление найти след закона в явлениях истории и было главным побуждением, заставлявшим придавать богословию и философии исторический аспект». И хотя, понятие закона было несовершенно в богословской философии истории, его творческое развитие не останавливалось и двигалось в ином направлении.

Согласно утверждениям Милюкова, Божественный промысел – это также сво-

его рода закон истории. В процессе исторического развития это понятие закона крупным образом видоизменилось: человеческая история и божественная воля сблизились между собой, и таким образом, закон обнаружился в истории.

Закономерность на данном отрезке времени понималась как тот факт, что личность в самой себе брала необходимость закона своего развития, своего совершенствования, и сами усилия данной личности представляли собой закон.

Действия личности стали объясняться не проявлением случайного произвола, а обнаружением в самой личности божественного закона. Миллюков считал, что именно такое понимание закономерности положило основание метафизической теории прогресса. Но и в нем, по его мнению, основная идея была привнесена – это идея божественного плана, развивающаяся при посредстве усилий человеческой личности. Уже на данном этапе научное представление о законах, как «о предметах», которые сами по себе не являются фактами, а должны быть выведены из изучения этих самых фактов, получило свое развитие. В научном же представлении данное противоречие между законом истории и фактом истории, сглаженное уже в метафизическом представлении, окончательно исчезло. Таким образом, подводит итог мыслитель, переход от богословской философии истории к метафизической и научной – представляет собой результат постепенного развития одного и того же понятия о законности. Следовательно, по его мнению, целью изучения считается уяснение закономерности исторического процесса во всей полноте.

В заключении к своим лекциям Миллюков подчеркивал, что идея, лежащая в основе понимания прагматического этапа развития истории, государства и права в нем – это идея прогресса; основная же идея, выдвинутая богословием, – это идея промысла. И, наконец, основная идея научно-социологического объяснения истории в целом, и государства и права в частности (современных самому Павлу Николаевичу) – это идея закона или другими словами, закономерности в современном ему понимании.

Социологическое или научное объяснение истории Миллюков связывал с необходимостью познания закономерностей об-

щественного процесса. Данные биологии, а в большей мере психологии должны, по его мнению, быть использованы наукой, так как в процесс возникновения и развития государства и права он включал личность и ее деятельность. Однако биологические и психологические факторы не должны быть определяющими и перекрывать значение «стихийных», «органических» линий развития.

По Миллюкову, цель научного подхода к пониманию государства и права – открыть общие законы исторической эволюции, которая должна скрепить «представление об однообразном ходе национальных историй, проведя аналогию между животным и социальными организмами»⁵.

В трактовке Миллюкова анализ таких явлений, как государство и право должен быть направлено на выявление закономерностей общественного развития, включая личность и ее деятельность, однако, оговаривая при этом, что их рассмотрение не должно перекрывать значение «стихийных», «органических» линий развития, какими являются географические, климатические и иные условия существования человеческого общества.

Он писал, что «под влиянием данных географических, климатических, почвенных, биогеографических условий, а также данных по наследству особенностей данного человеческого общества, действительный ход исторического процесса может разнообразиться до бесконечности. Вплоть до полного паралича сходной внутренней тенденции»⁶, и, следовательно, может возникнуть бесчисленное множество форм государственности.

Отличительной чертой политико-правовых взглядов П.Н. Миллюкова является признание закономерности исторического процесса, существующей вне зависимости от познающего субъекта. «Мы понимаем закономерность исторических явлений, – писал он, – совершенно независимо от того, может ли история открыть нам эти искомые законы», то есть как объективно существующую реальность»⁷.

Закономерность находит свое выражение во внутренней тенденции, присущей всякому обществу, и для всякого общества одинаковой, и определяет, по Миллюкову, характер сходства в основном ходе разви-

тия. Важно отметить, что закономерность исторического процесса он понимал достаточно широко, подводя под это понятие не только единообразие в ходе развития, но и отступления от них. Он писал, что внутренняя тенденция социального процесса есть только отвлеченная возможность. Чтобы перейти ей из возможности в действительность, эта тенденция должна «преломиться в призме реальных условий исторической жизни»⁸.

Придавая важное значение необходимости выявления внутренней закономерной тенденции исторического процесса, Милюков предостерегал от придания ей слишком исключительного значения при объяснении реальных исторических явлений.

В закономерность исторического процесса им включалась деятельность человеческой личности. Он связывал закономерность с существованием «истинного монистического мировоззрения», смысл которого он усматривал в признании равнозначности факторов общественного развития.

Милюков выступал против одномерного, упрощенного толкования исторического процесса, которое, по его мнению, содержалось, например, в экономическом или историческом материализме, который он считал одним из самых худших видов монизма, сводящих весь ход исторического развития к экономическому фактору, выступая против того, чтобы закономерное объяснение социальных явлений сводилось к одному экономическому фактору. Он считал, что экономический материализм сыграл важную, но временную роль. «Для собственного, вполне научного социологического объяснения, основной принцип экономического материализма оказался слишком узок и догматичен... Исторический материализм не должен видеть внутри исторического процесса дуализма духа и материи, психического и физического, для него есть только единое целое, единое социальное, и это единое с философской точки зрения есть психическое. В общественной жизни «психическое» зависит от другого «психического» в виде экономики, социальной среды», - утверждал Милюков⁹.

Он считал, что внешние и внутренние причины играют одинаковую роль как равнозначные силы, а в различном сочетании определяют своеобразие этапов исто-

рии, отказываясь выделить ту или иную отрасль общественной жизни в качестве основной темы, тем самым не шел дальше констатации взаимодействия по существу равновеликих, равнозначных сторон.

Разделяя позитивистские положения о факторном, плюралистическом подходе к историческому развитию, Милюков признавал существование ряда основных эволюций, развитие которых «необходимо вытекает из коренных, элементарных свойств эволюционирующих факторов», что обеспечивает общность хода исторического процесса. Одновременно с этим, познание закономерности невозможно, по Милюкову, без изучения отдельных элементов, их сложных и разнообразных сочетаний. Отсюда следовала мысль о невозможности и бесконечности познания.

Милюков рассматривал внутреннюю тенденцию как один из факторов процесса развития общества и государства, не существующую в «своем чистом, беспримесном виде».

«Чтобы перейти из возможности в действительность, - писал он, - эта тенденция должна преломиться в призме реальных условий исторической жизни»¹⁰. Географические, климатические, почвенные и другие условия, народонаселение создают разнообразие конкретных вариантов, таким образом, особенности материальной среды, обстановки, в которых развивается общество, являются вторым условием, определяющим сущность процесса возникновения государственности и права. Материальную среду он рассматривал как почву, на основе которой происходит процесс общественного развития и которая сама находится в постоянной эволюции.

Большую роль при обосновании своеобразия социально-культурного развития России и причин происхождения отечественного государства Милюков отводил географическому фактору. Его географизм был близок по своему характеру к географизму С.М. Соловьева, В.О. Ключевского, а также Г.В. Плеханова. В соответствии с этим известная запоздалость политического процесса в России связывалась, например, с более поздним, по сравнению с Западной Европой освобождением русской равнины от ледников. Затем, по мнению Милюкова, эта запоздалость усилилась проявлением ряда местных обстоятельств,

как, например, тот факт, что русскому народу пришлось тратить слишком много сил на преодоление тяжелых последствий неблагоприятного исторического развития, что мешало приведению размещения населения хотя бы в некоторое соответствие с естественными условиями почвы и климата. Накапливавшаяся на этой основе запоздалость общественного развития, обусловила элементарность экономической жизни, эволюцию государственного устройства, социальных и духовных отношений.

Внимательное изучение взглядов Милюкова на роль географической среды показывает необоснованность имевших место до недавнего времени в научной литературе обвинения его в географическом детерминизме при объяснении общественного развития России. Географический фактор действительно оказал большое влияние на развитие нашего отечества, оказывает он влияние и по сегодняшний день. Но его влияние, разумеется, не было монопольным.

К тому же нельзя упускать из виду парадигму многофакторного понимания развития общества, в рамках которой Милюков принципиально возражал против классификации общественных факторов, деления их на важные и второстепенные. «Нет причин главных и необходимых, случайных и второстепенных. Есть только причины с более или менее широким кругом действия, причем ни об одной категории причин нельзя утверждать заранее, как широка или ограничена окажется среда их влияния»¹¹. (Включая географическую среду в «содержание закона общественного развития» и превращая ее в одну из исторических сил, создающих и направляющих человеческое общество, Милюков тем самым ставил в зависимость от географической среды развитие производительных сил.

Он подчеркивал, что зависимость внутреннего процесса от среды «уменьшается по мере овладения человеческими силами природы, то есть по мере приближения от прошлого к настоящему»¹².

Видоизменяющее значение среды Милюков не ограничивал влияние месторазвития в тесном смысле этого слова. Соседство с другими странами, передвижение, завоевания составляют «новую причину», влияющую на ход исторического развития. К этому добавлялись влияние всемирной

торговли, урожайность и т.д. «Каждая страна окружена теми или другими определенными народами и государствами. Это соседство составляет новую причину, видоизменяющую ход государственного развития», - писал Милюков. Он считал, что под влиянием данных географических, климатических, почвенных и других условий, основное направление исторической жизни может разнообразиться до бесконечности, до полной невозможности распознать среди всевозможных вариаций одну и ту же подкладку¹³.

Как писал А.А. Кизеветтер, «П.Н. Милюков последовательно рассматривает одну сторону жизни за другой, дает эволюцию каждой из сторон экономической жизни; эволюцию государственного устройства и права, эволюцию социальных отношений, духовной культуры, то было яркое выступление против тогдашних увлечений марксистской идеологией»¹⁴.

В вопросах методологии исследования закономерностей развития общества, государства и права, по мысли Милюкова, для людей, стремящихся к достижению научной истины, противопоставление духовных и материальных факторов, их роли в процессе общественного развития является анахронизмом. «Вопрос о том, какие из сторон общественной жизни – экономика, политика или идеология – можно считать первичными, основными, а какие вторичными, производными, является бесплодным», - отмечал Милюков. Идеалистическое и материалистическое решение вопроса он провозглашал одинаково односторонним. Он выступал за то определение, в котором духовное различие рисуется независимо от материальной основы общества и прогрессирующим по своим собственным законам.

«Теория контраста» Милюкова построена на основе признания экономического фактора, определяющим и для русской, и для европейской истории государственности. В основу изучения западного и европейского исторических процессов им был положен единый критерий – степень развития «экономического фундамента»: для стран Запада высокий, для России – «элементарный».

Таким образом, позиции Милюкова в этом вопросе, то есть в вопросе отношения к «экономическому материализму», были противоречивы. Он выступал против

установления жесткой детерминированности в объяснении процесса возникновения государства экономическим фактором, и в то же время придавал экономическому фактору важное, и даже определяющее значение в истолковании социальной и политической истории любого государства. Следовательно, он по собственному утверждению, «несколько» не отрицал зависимость политической надстройки от экономического фундамента. Более того, применительно к России эту зависимость он считал особенно «выразительной». Если на Западе, по его мнению, общественная организация обусловила государственный строй, то в России «элементарное состояние экономического фундамента вызвало гипертрофию государственной «надстройки» и определило сильное обратное воздействие этой «надстройки» на самый «фундамент»¹⁵.

Как показывает содержание многих работ Милюкова, среди всех условий, создающих среду для реализации внутренней тенденции, ведущую и главную роль в образовании и развитии государства и права он отводил народонаселению, демографическим процессам. Одним из исходных теоретических положений в суждениях Милюкова на эту тему являлся тезис о том, что не существует никакого закона о развитии народонаселения, приложимого ко всем периодам государственной жизни¹⁶.

Он считал, что существует два типа стран, где обозначились определенные закономерности. В странах с низким благосостоянием и слабым развитием индивидуальности, с наличием неизрасходованных источников жизненных средств (незанятые земли) возрастание населения будет наиболее значительным. В странах с высокой степенью благосостояния населения, где личность имеет больший простор для развития, а производительность труда может быть увеличена искусственными средствами, прирост населения затормозится. Россия, по его мнению, соответствовала первому типу стран.

Демографические процессы как в России, так и в Европе, он рассматривал в совокупности и обусловленности этнографического состава населения и колонизации, считал необходимым учитывать время заселения территорий, отмечая затянувшийся характер всех этих явлений в России в

сравнении с западно-европейскими. Вслед за М. Ковалевским, он считал прирост численности населения существенным, если не решающим фактором общественной жизни. «От количества населения в стране зависит степень экономического развития данной страны. Чем гуще население известной местности, тем больше труда сможет проявить население, тем лучше оно сможет скопить сбережения, необходимые для того, чтобы создать или улучшить орудия и с их помощью извлечь наибольшую пользу», - утверждал он¹⁷. Далее он писал, что напряженность труда, прилагаемая к данной единице площади, необходимо будет возрастать по мере увеличения населения. Вместе с увеличением количества труда явилась даже необходимость изменить его форму¹⁸. Правда, следует заметить, что влияние прироста населения в обществе заключалось в рамки лишь сферой хозяйства, экономики.

Милюков не ограничивал, однако, содержание исторического процесса действием двух определяющих факторов – внутренней закономерностью и связанной с ней средой, в которой развивается общественная и государственная жизнь. Третьим фактором, определяющим ход исторического процесса, развития государства выступала личность, и в этом состояла новизна его подхода к оценке роли личности в истории.

«Стихийное» историческое развитие, также как и целесообразность деятельности человека, он считал составляющими единого закономерного процесса. «Каких бы сложных и высоких форм не достигало развитие сознательной личности, эта деятельность несколько не мешает научному представлению о закономерном ходе истории, а является только лишним фактором, подлежащим научному изучению и объяснению с точки зрения закономерности»¹⁹. Творчество личности в любых его проявлениях он включал в рамки закономерности и предостерегал от безграмотности – противопоставления личности закономерностям исторического процесса.

Если сравнить концепцию Милюкова с основными компонентами концепций Чичерина и Кавелина, то обнаруживается их фундаментальная общность. Подобно им, Милюков большое внимание уделял географическому фактору русской государ-

ственности, освоению новых пространств, вызванной этими обстоятельствами смещенности основных этапов развития и, наконец, на этом фоне особой роли государства в России.

Итак, воззрения П.Н. Милюкова на процесс развития государства в России зиждились на достаточно солидной базе. К числу констант его взглядов относятся: характеристика государственной жизни как процесса развертывания внутренней тенденции, или, исторической закономерности, на основе взаимодействия различных природных, социальных и духовных фак-

торов, включая деятельность личности. Особенно значительным представляется стремление преодолеть однофакторное объяснение общественного и государственного развития и создать его многомерную картину, в которой экономика, народонаселение, географический фактор и человек занимает соответствующее его воззрениям место.

**А.В. Попова, заведующая кафедрой
гражданско-правовых дисциплин
Российского университета кооперации,
к.ф.н., к.ю.н., доцент**

¹ ГАРФ. - Ф. 579. - Оп. 1. - Д. 3405. - Лекция № 2.

² Там же. - Лекция № 3.

³ ГАРФ. - Ф. 579. - Оп. 1. - Д. 3405. - Лекция № 4. Такого же мнения придерживался и Н.А. Бердяев, который заслугу создания самой возможности философии истории целиком приписывал христианству. Христианскую цепь истории, соединившую в себе вечное и временное, небесную историю с земной, «метафизическое» с «историческим», он пытается утвердить в качестве основы своей собственной религиозно-философской концепции истории (Бердяев Н.А. Смысл истории. М., 1990. С. 23.)

⁴ Там же. - Лекция № 2.

⁵ Милюков П.Н. Очерки... Париж. - 1937. - Т.1. Ч.1. - С. 9.

⁶ Милюков П.Н. Очерки... - Париж. - 1937. - Т.1. Ч.1. - С. 16-17.

⁷ Там же. Т. П. - Спб. - 1902. - С. 2.

⁸ Там же. - С. 8, 10.

⁹ Милюков П.Н. Очерки... Т.П. - Спб.- 1902. - С. 3.

¹⁰ Милюков П.Н. Очерки... Т.1. Ч. 1. - М. - 1993. - С. 53.

¹¹ Милюков П.Н. Очерки... Т. 1. - Спб. - 1898. - С. 14.

¹² Там же. Т. 1. - М. - 1993. - С. 54.

¹³ Милюков П.Н. Очерки... Т. 1. - М. - 1993. - С. 55.

¹⁴ Кизеветтер А.А. О Милюкове – историке. // Сб. материалов по поводу чествования его 70-летия. - Париж. - 1929. - С. 49-50.

¹⁵ Милюков П.Н. Очерки... Т. 1. - М., 1993. - С. 133-134.

¹⁶ Там же. Т. 1. Ч. 1. - Спб. - 1904. - С. 23.

¹⁷ Милюков П.Н. Очерки... Т. 1., Ч. 1. - Спб. - 1897. - С. 21.

¹⁸ Там же. - С. 22-23.

¹⁹ Милюков П.Н. Очерки... Т. 1., Ч. 1 - Спб. - 1912. - С. 8, 14.

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ЛИНЕЙНОЙ ФИЛЬТРАЦИИ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ АНАЛИЗЕ

Цель данной статьи двоякая. Во-первых, она состоит в исследовании той роли, которую играют стохастические факторы при функционировании практически любых социально - экономических систем. Разумеется, в рамках одной статьи рассмотрение такой необъятной темы заведомо может быть лишь фрагментарным.

Вторая цель заключается в более широком привлечении тех мощных методов прикладной математики, которые были развиты за последние несколько десятков лет в научно - технических областях.

Здесь имеется в виду, например, теория связи и родственные ей направления, известные под общим названием статистической теории обработки сигналов. В настоящее время понятие сигнала в этих теориях трактуется весьма широко, что позволяет использовать его в области применений, значительно более широкой, чем предполагалось поначалу.

Прагматическая применимость этих теорий объясняется, в частности, реальностью своих исходных предпосылок. Именно, они создавались в предположениях о наличии неизбежной случайности, присущей как самим сигналам, так и процессам их измерений. То есть наличие случайных возмущений изначально рассматривается не как досадное искажение такой теории, а как ее обязательный атрибут.

Вследствие этого алгоритмы оценивания разработаны, исходя из требований оптимальности. Кстати, попутно в статистических теориях удалось уточнить само понятие оптимальности.

Вторая причина популярности развитых процедур статистического оценивания заключается в удобстве их компьютерной алгоритмизации, во всяком случае, при рассмотрении линейных систем.

Для иллюстрации характерного вида равенств, образующих линейные модели, воспользуемся замечательной книгой В.И. Тихонова и В.Н. Харисова [1], стр. 374:

$$\begin{aligned} \bar{\xi}_t &= \mathbf{H}_t \bar{\lambda}_t + \bar{\mathbf{u}}_t + \bar{\epsilon}_{0t} \\ \bar{\lambda}_t &= \mathbf{A}_{t-1} \bar{\lambda}_{t-1} + \bar{\epsilon}_{\lambda t} \end{aligned} \quad (1)$$

Здесь: $\bar{\xi}_t$ - последовательность - векторов наблюдений размером \mathbf{m} ;

$\bar{\lambda}_t$ - текущая оцениваемая векторная величина размером \mathbf{n} ;

$\mathbf{H}_t - (\mathbf{m} \times \mathbf{n})$ - заданная матрица - функция;

$\mathbf{A}_t - (\mathbf{n} \times \mathbf{n})$ - также заданная матрица;

$\bar{\mathbf{u}}_t$ - заданная векторная функция;

$\bar{\epsilon}_{0t}, \bar{\epsilon}_{\lambda t}$ - последовательность взаимно независимых векторных

белых шумов с корреляционными матрицами $\mathbf{V}_{0t}, \mathbf{V}_{\lambda t}$ размеров $(\mathbf{m} \times \mathbf{m})$ и $(\mathbf{n} \times \mathbf{n})$ соответственно.

В данной модели подразумевается, что в равноотстоящие целочисленные моменты времени $\mathbf{t} = 0, 1, 2, \dots$ измеряются значения вектора $\bar{\xi}_t$.

В свою очередь, этот вектор зависит от другой величины $\bar{\lambda}_t$, называемой векторным сигналом, и которая, собственно, в рамках рассматриваемой задачи и представляет интерес. Первое из равенств (1) называется **уравнением наблюдений**, а второе - **уравнением формирования сигнала**. Задачей фильтрации является вычисление оптимальной оценки текущего прогноза $\hat{\lambda}_t$. В соответствии с теорией уравнения линейной фильтрации являются рекуррентными, то есть для вычисления каждой очередной оценки используется предыдущее ее значение:

$$\hat{\lambda}_t = \mathbf{A}_{t-1} \hat{\lambda}_{t-1} + \mathbf{K}_t \cdot (\bar{\xi}_t - \bar{\mathbf{u}}_t - \mathbf{H}_t \mathbf{A}_{t-1} \hat{\lambda}_{t-1}), \quad (2)$$

где $\mathbf{K}_t = \mathbf{R}_t \mathbf{H}_t^T \mathbf{V}_{0t}^{-1}$ - матрица - мультипликатор (3)

Корреляционная матрица погрешностей оценки $\hat{\lambda}_t$ удовлетворяет уравнению:

$$\mathbf{R}_t^{-1} = \left(\mathbf{A}_{t-1}^T \mathbf{R}_{t-1} \mathbf{A}_{t-1} + \mathbf{V}_{\lambda t} \right)^{-1} + \mathbf{H}_t^T \mathbf{V}_{0t}^{-1} \mathbf{H}_t \quad (4)$$

Прежде всего, обращает внимание последнее равенство (4). Согласно этому равенству, матрица погрешностей \mathbf{R}_t никак не зависит от наблюдений $\bar{\xi}_t$, и, сле-

довательно, любое желательное число этих матриц на произвольные моменты времени можно вычислить заранее. В теории линейной фильтрации равенства, имеющие вид (2) – (4), известны под названием **уравнений фильтрации Калмана**.

А теперь рассмотрим типичную динамическую экономическую модель, построенную на основе модели Леонтьева:

$$\bar{\mathbf{x}}_t + \mathbf{A}_1 \bar{\mathbf{x}}_{t-1} = \mathbf{A}_0 \bar{\mathbf{x}}_t + \bar{\mathbf{y}}_t + \bar{\mathbf{v}}_{0t}, \quad (5)$$

где $\bar{\mathbf{x}}_t$ - вектор валового продукта размерности \mathbf{n} ;

$\bar{\mathbf{y}}_t$ - вектор конечного потребления размерности \mathbf{n} ;

\mathbf{A}_0 - технологическая матрица – обычный атрибут модели Леонтьева;

\mathbf{A}_1 - матрица, определяющая вклад от предыдущего цикла для тех видов товаров, производство которых требует более одного цикла;

$\bar{\mathbf{v}}_{0t}$ - случайный разброс потребления, неизбежный в любой нормальной социально-экономической системе – последовательность некоррелированных случайных векторов с нулевым средним значением и с одинаковой заданной ковариационной матрицей размером $\mathbf{n} \times \mathbf{n}$:

$$\mathbf{V}_0 = \langle \bar{\mathbf{v}}_{0t} \bar{\mathbf{v}}_{0t}^T \rangle = \mathbf{const} \quad (6)$$

Поскольку и валовой продукт, и конечное потребление, вообще говоря, меняются со временем, дополним уравнение (5) вторым уравнением, отражающим эволюцию обоих векторов. В наиболее простых - а также и распространенных случаях - это уравнение линейное:

$$\mathbf{A}_2 \bar{\mathbf{x}}_t + \mathbf{A}_3 \bar{\mathbf{y}}_t = \mathbf{B}_0 \bar{\mathbf{x}}_{t-1} + \mathbf{B}_1 \bar{\mathbf{y}}_{t-1} + \bar{\mathbf{v}}_{1t}, \quad (7)$$

в котором матрицы \mathbf{A}_i , \mathbf{B}_j есть параметры, характеризующие рассматриваемую систему;

$\bar{\mathbf{v}}_{1t}$ - случайное слагаемое – последовательность взаимно не коррелирующих случайных векторов с нулевым средним значением и с одинаковой ковариационной матрицей размером $\mathbf{n} \times \mathbf{n}$:

$$\mathbf{V}_1 = \langle \bar{\mathbf{v}}_{1t} \bar{\mathbf{v}}_{1t}^T \rangle = \mathbf{const} ;$$

Для более компактной записи всех соотношений введем вектор оцениваемых величин $\bar{\lambda}_t = (\bar{\mathbf{y}}_t^T, \bar{\mathbf{x}}_t^T)^T$.

В результате можно записать аналог второго исходного уравнения системы (1) теории фильтрации применительно для эволюционирующих леонтьевских моделей:

$$\mathbf{C}_0 \bar{\lambda}_t = \mathbf{C}_1 \bar{\lambda}_{t-1} + \mathbf{C}_0 \bar{\lambda}_{0t} + \mathbf{C}_0 \bar{\epsilon}_{1t} \quad (8)$$

где введены обозначения:

$\bar{\epsilon}_{1t}$ - вектор наблюдаемых данных;

$$\mathbf{C}_0 = \begin{pmatrix} \mathbf{I} - \mathbf{A}_0 & -\mathbf{I} \\ \mathbf{A}_2 & \mathbf{A}_3 \end{pmatrix}; \quad \mathbf{C}_1 = \begin{pmatrix} -\mathbf{A}_1 & 0 \\ \mathbf{B}_0 & \mathbf{B}_1 \end{pmatrix} -$$

постоянные матрицы, причем предполагается обратимость матрицы \mathbf{C}_0 ;

$\bar{\epsilon}_{0t}$ - вектор случайных ошибок наблюдений размерностью $2\mathbf{n}$ с ковариационной матрицей \mathbf{E}_0 размером $2\mathbf{n} \times 2\mathbf{n}$;

$$\bar{\epsilon}_{1t} = \begin{pmatrix} \bar{\mathbf{v}}_{0t} \\ \bar{\mathbf{v}}_{1t} \end{pmatrix} - \text{флуктуационный вектор}$$

процесса эволюции, имеющий ковариационную матрицу

$$\mathbf{E}_1 = \begin{pmatrix} \mathbf{V}_0 & \mathbf{V} \\ \mathbf{V}^T & \mathbf{V}_1 \end{pmatrix}, \quad \mathbf{V} = \langle \bar{\mathbf{v}}_{0t} \bar{\mathbf{v}}_{1t}^T \rangle.$$

Относительно случайных величин $\bar{\epsilon}_{0t}$ и $\bar{\epsilon}_{1t}$ предполагается, что они не коррелируют при любых \mathbf{t}, \mathbf{s} ;

$\bar{\lambda}_{0t}$ - заданная функция, отображающая возможное внешнее управление.

При его отсутствии $\bar{\lambda}_{0t} = \bar{\mathbf{0}}$.

На основе (7), (8) можно написать систему исходных уравнений линейной теории фильтрации экономической системы:

$$\begin{aligned} \bar{\epsilon}_{1t} &= \mathbf{H}_t \bar{\lambda}_t + \bar{\epsilon}_{0t} \\ \bar{\lambda}_t &= \mathbf{A} \bar{\lambda}_{t-1} + \bar{\lambda}_{0t} + \bar{\epsilon}_{\lambda t}, \end{aligned} \quad (9)$$

где: $\mathbf{A} = \mathbf{C}_0^{-1} \mathbf{C}_1$; во втором уравнении

\mathbf{H} - матрица наблюдений; эта матрица полностью определяет, какие именно показатели замеряются. В частности, если представляет единичную матрицу, то производится максимально подробная регистрация количества товара каждого вида.

Система (9) весьма напоминает классическую систему (1); совпадение было бы полным, если бы во втором уравнении не было слагаемого $\bar{\lambda}_{0t}$.

Для того чтобы добиться совпадения систем (1) и (9) по форме, произведем замену переменной:

$$\bar{\lambda}_t = \bar{\delta}_t + \bar{\mathbf{v}}_t, \quad (10)$$

где функция $\bar{\mathbf{v}}_t$ удовлетворяет уравнению:

$$\bar{\mathbf{v}}_t = \mathbf{A} \cdot \bar{\mathbf{v}}_{t-1} + \bar{\lambda}_{0t} \quad (11)$$

Для новой переменной $\bar{\delta}_t$ справедлива следующая система уравнений:

$$\begin{aligned} \bar{\xi}_t &= \mathbf{H} \cdot \bar{\delta}_t + \bar{\mathbf{u}}_t + \bar{\varepsilon}_{0t} \\ \bar{\delta}_t &= \mathbf{A} \cdot \bar{\delta}_{t-1} + \bar{\varepsilon}_{1t}, \end{aligned} \quad (12)$$

где обозначено $\bar{\mathbf{u}}_t = \mathbf{H} \cdot \bar{\mathbf{v}}_t$ (13)

Теперь, поскольку структура системы (12) такая же, как у системы (1), для вспомогательной переменной $\bar{\delta}_t$ форма уравнения фильтрации такая же, как у уравнения (2):

$$\hat{\delta}_t = \mathbf{A} \hat{\delta}_{t-1} + \mathbf{K}_t \cdot (\bar{\xi}_t - \bar{\mathbf{u}}_t - \mathbf{H} \mathbf{A} \hat{\delta}_{t-1}) \quad (14)$$

В Приложении показано, что при подстановке в это уравнение равенств (10), (11), (13) вспомогательные переменные $\bar{\delta}_t$, $\bar{\mathbf{v}}_t$ исчезают, и оно снова может быть выражено только через переменные $\bar{\lambda}_t$.

Преобразованное уравнение совместно с предыдущими теоретическими равенствами (3), (4) образует систему калмановских уравнений фильтрации, описывающую типичные линейные экономические системы:

$$\begin{aligned} \hat{\lambda}_t &= (\mathbf{I} - \mathbf{R}_t \cdot \mathbf{D}) \cdot (\bar{\lambda}_{0t} + \mathbf{A} \cdot \hat{\lambda}_{t-1}) + \mathbf{K}_t \cdot \bar{\xi}_t \\ \mathbf{R}_t^{-1} &= (\mathbf{A}^T \mathbf{R}_{t-1} \mathbf{A} + \mathbf{E}_1)^{-1} + \mathbf{D} \\ \mathbf{K}_t &= \mathbf{R}_t \mathbf{H}^T \mathbf{V}_0^{-1} \end{aligned} \quad (15)$$

Здесь введена матрица \mathbf{D} , которую мы назовем **точностной матрицей** оценок:

$$\mathbf{D} = \mathbf{H}^T \mathbf{V}_0^{-1} \mathbf{H} \quad (16)$$

происхождение такого названия выяснится ниже.

Вообще говоря, последовательное решение уравнений (15) для корреляционных матриц \mathbf{R}_t при $t = 0, 1, 2, \dots$ представляет довольно сложную вычислительную задачу, решаемую чаще всего не аналитически, а с помощью компьютера.

Следует, однако, отметить случаи, допускающие значительно более простое приближенное вычисление \mathbf{R}_t . Имеются в виду предприятия с аккуратным ведением хозяйства, в которых все текущие наблюдения и измерения экономических показателей и параметров производятся достаточно точно. Математически это означает, что элементы корреляционной матрицы ошибок наблюдений \mathbf{V}_0 должны быть малы, а тогда, согласно (16), будут также малы и элементы матрицы \mathbf{D}^{-1} . Поэтому имеет

смысл искать решение для \mathbf{R}_t в виде быстро сходящегося ряда степеней матриц \mathbf{D}^{-1} .

Удерживая первые два члена этого ряда, вычисленные с помощью метода малого параметра (с которым можно познакомиться, например, в книгах [2, 3]), получим достаточно простое аналитическое приближение для матрицы погрешностей оценок:

$$\mathbf{R}_t = \mathbf{D}^{-1} - (\mathbf{D} \mathbf{E}_1 \mathbf{D})^{-1} + \dots \quad (17)$$

Поскольку \mathbf{R}_t есть корреляционная матрица погрешностей, то \mathbf{D} естественно назвать **точностной матрицей**.

В рамках приближения (15) уравнения фильтрации принимают вид:

$$\begin{aligned} \hat{\lambda}_t &\square (\mathbf{E}_1 \mathbf{D})^{-1} \cdot (\bar{\lambda}_{0t} + \mathbf{A} \cdot \hat{\lambda}_{t-1}) + \mathbf{K}_t \cdot \bar{\xi}_t \\ \mathbf{K}_t &= [\mathbf{D}^{-1} - (\mathbf{D} \mathbf{E}_1 \mathbf{D})^{-1}] \cdot \mathbf{H}^T \mathbf{V}_0^{-1} \square \mathbf{D}^{-1} \mathbf{H}^T \mathbf{V}_0^{-1} \end{aligned} \quad (18)$$

В частности, в отсутствие внешнего управления, когда $\bar{\lambda}_{0t} = \vec{0}$, первое из уравнений фильтрации (16) упрощается:

$$\hat{\lambda}_t \square (\mathbf{E}_1 \mathbf{D})^{-1} \mathbf{A} \cdot \hat{\lambda}_{t-1} + \mathbf{K}_t \cdot \bar{\xi}_t \quad (19)$$

Более длительные прогнозы на моменты $t+1, t+2, \dots, t+\tau$ можно сделать с помощью второго уравнения системы (9) и прогноза (19):

$$\begin{aligned} \hat{\lambda}_{t+1} &= \mathbf{A} \hat{\lambda}_t + \lambda_{0,t+1}; \\ &\dots \\ \hat{\lambda}_{t+\tau} &= \mathbf{A} \hat{\lambda}_{t+\tau-1} + \lambda_{0,t+\tau} \end{aligned} \quad (20)$$

($\tau = 1, 2, \dots$)

Этот прогноз несмещенный, а его ковариационная матрица равна:

$$\begin{aligned} \mathbf{C}(\tau) &= \mathbf{A}^\tau \mathbf{R}_t (\mathbf{A}^\tau)^T + \mathbf{Q}_\tau; \\ \mathbf{Q}_\tau &= \mathbf{A} \mathbf{Q}_{\tau-1} \mathbf{A}^T + \mathbf{E}_1 \end{aligned} \quad (21)$$

где $\mathbf{Q}_1 = \mathbf{E}_1$
 $\tau = 2, 3, \dots$

Приложение.

Согласно (10), (11), (13) имеем:

$$\begin{aligned} \bar{\lambda}_t &= \bar{\delta}_t + \bar{\mathbf{v}}_t \\ \bar{\mathbf{v}}_t &= \mathbf{A} \cdot \bar{\mathbf{v}}_{t-1} + \bar{\lambda}_{0t} \\ \bar{\mathbf{u}}_t &= \mathbf{H} \cdot \bar{\mathbf{v}}_t \end{aligned}$$

Поскольку $\bar{\delta}_t = \bar{\lambda}_t - \bar{v}_t$, перепишем уравнение фильтрации (14):

$$\bar{\lambda}_t - \bar{v}_t = \mathbf{A}(\bar{\lambda}_{t-1} - \bar{v}_{t-1}) + \mathbf{K}_t \cdot [\bar{\xi}_t - \bar{u}_t - \mathbf{H}\mathbf{A}(\bar{\lambda}_{t-1} - \bar{v}_{t-1})]$$

Далее, так как $\bar{v}_t - \mathbf{A} \cdot \bar{v}_{t-1} = \lambda_{0t}$, а также $\bar{u}_t = \mathbf{H} \cdot \bar{v}_t$, получаем:

$$\begin{aligned} \bar{\lambda}_t &= \bar{\lambda}_{0t} + \mathbf{A}\bar{\lambda}_{t-1} + \mathbf{K}_t \cdot [\bar{\xi}_t - \mathbf{H}\bar{v}_t - \mathbf{H}\mathbf{A}(\bar{\lambda}_{t-1} - \bar{v}_{t-1})] = \\ &= \bar{\lambda}_{0t} + \mathbf{A}\bar{\lambda}_{t-1} + \mathbf{K}_t \cdot [\bar{\xi}_t - \mathbf{H}(\bar{v}_t - \mathbf{A} \cdot \bar{v}_{t-1} - \mathbf{A}\bar{\lambda}_{t-1})] = \\ &= \bar{\lambda}_{0t} + \mathbf{A}\bar{\lambda}_{t-1} + \mathbf{K}_t \cdot [\bar{\xi}_t - \mathbf{H}(\bar{\lambda}_{0t} - \mathbf{A}\bar{\lambda}_{t-1})] = \\ &= (\mathbf{I} - \mathbf{K}_t\mathbf{H})\bar{\lambda}_{0t} + (\mathbf{I} - \mathbf{K}_t\mathbf{H})\mathbf{A}\bar{\lambda}_{t-1} + \mathbf{K}_t\bar{\xi}_t = \\ &= (\mathbf{I} - \mathbf{K}_t\mathbf{H})(\bar{\lambda}_{0t} + \mathbf{A}\bar{\lambda}_{t-1}) + \mathbf{K}_t\bar{\xi}_t \end{aligned}$$

Поскольку $\mathbf{K}_t = \mathbf{R}_t\mathbf{H}^T\mathbf{V}_0^{-1}$, то:

$$\mathbf{K}_t\mathbf{H} = \mathbf{R}_t \cdot \mathbf{H}^T\mathbf{V}_0^{-1}\mathbf{H} = \mathbf{R}_t\mathbf{D},$$

где $\mathbf{D} = \mathbf{H}^T\mathbf{V}_0^{-1}\mathbf{H}$.

*М.М.Ермилов, В.Ф.Тулинов,
кафедра высшей математики ИЕНД
Российского университета кооперации*

ЛИТЕРАТУРА:

1. Тихонов В.И., Харисов В.Н. Статистический анализ и синтез радиотехнических устройств и систем: Учебник для вузов. - М.: Радио и связь, 1991.
2. Эльсгольц Л.Э. Дифференциальные уравнения и вариационное исчисление: Учебник, 2002.
3. Чуличков А. И. Математические модели нелинейной динамики. 2-е изд., 2003.

УЧАСТИЕ РОССИЙСКИХ ЭМИТЕНТОВ В ПРОГРАММАХ ВЫПУСКА АМЕРИКАНСКИХ ДЕПОЗИТАРНЫХ РАСПИСОК

Процесс глобализации мировой экономики привел к интернационализации финансовых рынков и возникновению международного рынка ценных бумаг. Международный рынок ценных бумаг имеет большое значение для мировой экономики и экономик отдельных стран. Посредством этого рынка осуществляется финансовая интеграция мировых рынков капитала и упрощается система движения капитала. Международный рынок ценных бумаг позволяет значительно снизить риски потерь вложений инвесторов путем международной диверсификации портфелей, эффективнее управлять соотношением риска и доходности.

Выход России на международный рынок имеет немаловажное значение для развития экономики страны, так как дает возможность привлекать иностранные инвестиции в крупные российские предприятия. Среди целого ряда инструментов международного рынка ценных бумаг особое место занимают американские депозитарные расписки (АДР) – инструменты, позволяющие привлечь иностранный капитал. Рынок АДР, наряду с рынком еврооблигаций, является в настоящее время наиболее динамично развивающимся сегментом международного фондового рынка.

Выпуск депозитарных расписок - наиболее перспективный путь выхода российских эмитентов на международный фондовый рынок. Существует несколько причин, объясняющих данный факт. Выпуск АДР, защищенных законодательством США, является тем инструментом, который существенно снижает риск инвестиций. Программы АДР увеличивают рыночную стоимость акций, что способствует повышению капитализации компаний и соответственно решает проблему ее недооцененности, тем самым, расширяя круг иностранных инвесторов.

Современная трактовка американской депозитарной расписке была дана Комиссией по ценным бумагам США (SEC) в

1983 году. По определению Комиссии АДР - выпущенный американским депозитарием сертификат, подтверждающий право на определенное количество американских депозитарных акций, которые, в свою очередь, предоставляют право собственности на определенное количество депонированных ценных бумаг частного эмитента. АДР представляют собой ценную бумагу, которая удостоверяет право собственности ее владельца на указанное в АДР количество акций иностранного эмитента. За владельцами американских депозитарных расписок сохраняются права на получение дивидендов и прироста курсовой стоимости.

Целью выпуска АДР, как правило, является облегчение доступа эмитента к самому большому и развитому рынку капиталов – американскому. АДР помогают инвесторам обойти такие сложности, как политический риск в ряде стран, неразвитость инфраструктуры, нехватка информации, плохое знание местной специфики и другие.

Многие российские компании осуществили программы размещения АДР, используя их как реальную возможность выхода на международный фондовый рынок и привлечения иностранных инвестиций. АДР уже выпущены на наиболее ликвидные акции компаний таких отраслей, как нефтяная, телекоммуникационная, энергетическая. Они входят в листинги бирж и электронных торговых систем таких финансовых центров, как Нью-Йорк, Лондон, Франкфурт и других.

Участие в программах выпуска АДР позволяет российским эмитентам:

- во-первых, привлечь иностранный капитал для решения стратегических задач, стоящих перед компанией;

- во-вторых, в зависимости от типа проекта получить возможность продавать свои ценные бумаги не только в США, но и на фондовых рынках других стран;

- в-третьих, получить листинг на Нью-Йоркской Фондовой Бирже (NYSE), Аме-

риканской фондовой бирже (AMEX), в автоматической системе котирования Национальной ассоциации дилеров ценных бумаг (NASDAQ) или котировку ценных бумаг на внебиржевом рынке;

- в-четвертых, расширить круг инвесторов;

- в-пятых поднять цену на свои акции на российском фондовом рынке.

АДР имеют несколько уровней и различаются по требованиям к эмитентам и объему предоставляемых им прав. В зависимости от целей, преследуемых компанией или инвесторами, программы АДР делятся на спонсируемые, неспонсируемые и частного размещения.

Неспонсируемый выпуск АДР осуществляется только по имеющимся в обращении акциям эмитента. Такой выпуск не контролируется эмитентом ценных бумаг, а происходит по инициативе владельца (акционера или группы акционеров). К выпуску таких АДР SEC предъявляет минимальные требования по предоставлению финансовой отчетности о деятельности эмитента, на чьи акции будет производиться выпуск. Выпуск неспонсируемых АДР могут осуществлять сразу несколько банков-депозитариев. Торговля неспонсируемыми АДР осуществляется только на внебиржевом рынке, эти ценные бумаги не могут котироваться на биржах США.

Наибольшей популярностью сейчас пользуются спонсируемые АДР, размещаемые по инициативе самого эмитента ценных бумаг и выпускаемые как на ценные бумаги, находящиеся в обращении, так и на новые выпуски. В зависимости от требований, предъявляемых SEC к финансовой и бухгалтерской отчетности компаний-эмитентов, спонсируемые программы АДР могут быть четырех уровней: первого, второго, третьего и по Правилу 144А.

Первый уровень АДР выпускается на уже существующие акции и является для эмитента наиболее простым способом выхода на американский и другие фондовые рынки. К программам АДР первого уровня применяется упрощенная процедура регистрации в SEC, при этом от компании не требуется предоставления бухгалтерской отчетности в соответствии с GAAP, к ней также не предъявляется жестких требований по раскрытию информации.

Требуется только, чтобы выпуск акций и сама деятельность эмитента соответствовали законам страны эмитента. Основной задачей, решаемой выпуском АДР первого уровня, является расширение круга акционеров. Депозитарные расписки первого уровня не котируются на крупнейших биржах США (NYSE, AMEX), а торгуются на внебиржевом рынке. Их котировки размещаются в так называемых «Розовых листках», публикуемых Национальным бюро котировок (National Quotation Bureau, NQB), или в электронной системе котировок внебиржевого рынка (OTC Bulletin Board). На сегодняшний день АДР первого уровня являются самым быстрорастущим сегментом рынка депозитарных расписок. Многие эмитенты сначала выпускают АДР первого уровня, а затем переходят к распискам более высокого уровня. Подавляющее большинство российских компаний регистрируют АДР первого уровня.

Второй уровень АДР выпускается на существующие акции, но при регистрации в SEC США, требуется предоставление подробной финансовой информации об эмитенте, часть такой информации должна соответствовать GAAP. Ко второму уровню допускаются эмитенты, которые, как правило, могут более полно, чем того требует законодательство их страны, раскрыть информацию о себе и о своей деятельности. Существенным преимуществом данного уровня по сравнению с первым является право листинга АДР на таких крупнейших фондовых биржах США, как NYSE или AMEX, и NASDAQ. АДР второго уровня не могут предлагаться к публичному размещению. Такие программы АДР зарегистрированы на акции «Ростелекома» и «Татнефти».

В отличие от первых двух уровней, АДР третьего уровня выпускаются на акции при их первичном размещении. Данный уровень депозитарных расписок позволяет иностранным компаниям привлекать капитал с американского фондового рынка, и потому представляет для эмитентов наибольший интерес. АДР третьего уровня ничем не отличаются от американских акций: они могут торговаться на биржах и эмитент имеет право публично предлагать их частным инвесторам. Такие расписки

выпустили «ВымпелКом», «МТС», «Вимм-Билль-Данн». Программа ADR третьего уровня позволяет размещать депозитарные расписки и иметь широчайший доступ к американским инвесторам всех уровней. Для их выпуска необходимо предоставить в Комиссию по ценным бумагам США полную информацию о компании, аудиторское заключение (признанного в мире аудитора) о состоянии дел компании, удовлетворить требования к предоставлению регулярной бухгалтерской отчетности, которые более жесткие, чем для ADR второго уровня, и все финансовые документы перевести на американские стандарты.

Иностранному эмитенту может провести частное размещение ADR в соответствии с SEC Rule 144A и/или SEC Regulation S. В этом случае к программам депозитарных расписок предъявляются минимальные требования, и регистрации в SEC не требуется. Данные ADR размещаются среди ограниченного круга инвесторов.

Выпуск ADR на акции российских эмитентов был первым шагом выхода России на международный рынок ценных бумаг. В декабре 1994 года российская компания с иностранным участием «Sun Interbrew» первой осуществила выход на западный фондовый рынок при помощи выпуска ADR первого уровня.

Однако первым выпуском ADR чисто российской компании был выпуск ADR на акции АО «Мосэнерго» в 1995 г. в соответствии с правилом 144A/Reg S на сумму 22,5 млн. долл. К концу 1996 г. курсовая стоимость ADR выросла на 263% и вслед за АО «Мосэнерго» последовали другие компании. Среди этих компаний - НК «ЛУКОЙЛ», РАО «ЕЭС России», ОАО «Ростелеком», РАО «Газпром», ОАО «Связьинвест», ОАО «Юганскнефтегаз». РАО «Газпром» - первая российская компания чьи ADR, прошли листинг на Лондонской бирже. В конце 1996-го, компания «ВымпелКом» провела на Нью-Йоркской Фондовой Бирже (NYSE) первое в истории российских предприятий публичное размещение акций - через американские депозитарные расписки 3-го уровня.

По данным The Bank of New York Россия относится к числу европейских стран, выпускающих ADR разных уровней (сюда входят и ADR, выпущенные по По-

ложению S), и занимает вполне значимую долю среди них. По числу компаний, выпустивших ADR Россия, делит второе место с Францией (после Англии) среди стран Западной и Восточной Европы.

Говоря об изменениях количества российских компаний, начиная с первого выпуска, можно отметить, что в 1996 и 1998 годах количество компаний резко возрастало и достигло к началу 2000 года приблизительно пятидесяти пяти.

Ситуация, сложившаяся после финансового кризиса 17 августа 1998 года явилась подтверждением того, что ADR является эффективным финансовым инструментом, используемым российскими компаниями для привлечения инвесторов. После финансового кризиса американские депозитарные расписки некоторое время были единственными ценными бумагами, которые реально торговались. Несмотря на то, что их котировки упали в несколько раз, они все же сохранили главное - свою ликвидность на международном рынке ценных бумаг. Все остальные акции российских компаний просто нельзя было продать, и они осели в портфелях инвесторов. Даже сейчас на российском фондовом рынке торгуются не все акции, на которые выпущены ADR. Более того, ценные бумаги некоторых эмитентов, например, «Вымпелкома» или «Роснефтегазстрой», можно купить только на западном фондовом рынке.

Начиная с 2000 года, лишь небольшое количество компаний решило выпустить ADR на свои ценные бумаги. Среди них такие компании, как: «Вимм-Билль-Данн», «Новгородтелеком», «Ростовэлектросвязь», «Челябинсксвязьинформ», «Самарасвязьинформ», «Уралсвязьинформ», «Тюменьтелеком». Характерным является то, что в основном это компании, представляющие сферу связи и размещающие свои ADR на внебиржевом рынке.

К настоящему моменту лишь пять российских компаний: «Вымпелком», «МТС», «Вимм-Билль-Данн», «Ростелеком», «Татнефть» - добились того, что ADR на их акции котируются на одной из самых престижных бирж мира - Нью-Йоркской Фондовой Бирже (NYSE).

По объемам торговли ADR первое место делят две российские компании РАО

«ЕЭС России» (25%) и нефтяная компания «ЛУКОЙЛ» (25%), второе место занимают «Газпром» (10%), «Ростелеком» (10%), «Мосэнерго» (10%).

Основными отраслями, компании которых выпускают АDR, являются отрасль связи (37% рынка), нефтегазовая (17%) и электроэнергетика (15%). Что касается выпуска АDR в уровневом разрезе, можно сказать, что основную долю – более 50% - составляют АDR первого уровня, также заметную долю составляют АDR, выпущенные в соответствии с правилом 144A (13%) и Reg S(24%). С момента выхода российских компаний на международный фондовый рынок осуществили выпуск АDR третьего уровня к сегодняшнему дню лишь «Вымпелком», «МТС», «Вимм-Билль-Данн». Такое положение на рынке, возможно, объясняется тем, что, проекты программы выпуска АDR третьего уровня являются самыми дорогими и трудоемкими из всех, и не каждая компания может себе позволить их выпуск. Кроме того, SEC предъявляет очень жесткие требования к раскрытию информации, в то время как многие отечественные компании не хотят предоставлять необходимые сведения о своей деятельности.

Поэтому российские эмитенты отдают предпочтение АDR первого уровня. Однако только АDR третьего уровня можно считать инвестиционным инструментом в полном смысле. АDR же первого и второго уровней можно, скорее всего, отнести к инструментам создания положительного имиджа, ведь реальных денежных средств компании-эмитенту они не приносят, поскольку больше служат для спекулятивных целей.

Для подавляющего большинства предприятий программы выпуска АDR первого уровня были хорошей рекламой, хотя и довольно дорогой. Впрочем, российские участники программ АDR добились не только известности на западном финансовом рынке. Одни компании смогли привлечь кредиты западных банков. Другие, например, «Мосэнерго», «Татнефть», «Иркутскэнерго», получили дополнительные средства в виде еврооблигаций.

Выпуск АDR является решением многих проблем для инвесторов. Во-первых, они получают доступ на перспективный и

динамично развивающийся фондовый рынок России, где за сравнительно короткий период можно заработать огромную с точки зрения западного инвестора доходность. Во-вторых, указанный доступ защищен американским законодательством. В-третьих, решается наиболее болезненная проблема для иностранцев по защите прав собственности, ибо их учет ведет американский депозитарий.

За последние три года рынок АDR, выпущенных на акции российских предприятий, превратился в один из наиболее динамично развивающихся рынков в мире. Уже более шестидесяти российских компаний завершили программы выпуска АDR. Для иностранных компаний выпуски АDR в настоящее время и в ближайшие пять лет представляют собой наиболее привлекательную форму инвестирования в российские ценные бумаги, поскольку по темпам роста последние значительно опережают большинство иностранных акций, а также являются основным способом приобретения крупных пакетов акций.

Для отечественных компаний АDR предоставляют возможность заключать сделки с крупнейшими западными компаниями, желающими вкладывать денежные средства в бумаги российских эмитентов, но опасаящихся напрямую выходить на наш рынок из-за множества проблем, таких, например, как несовершенство законодательной базы, огромная территория и отсутствие отлаженного механизма перерегистрации прав собственности на ценные бумаги. Очевидно, что для крупных международных компаний предпочтительнее работать с привычными для них АDR, исключая риски, которые свойственны для акций развивающихся рынков.

Что касается перспектив участия России в выпусках программ АDR, то следует заметить, что в ближайшее время состоится настоящий прорыв российских компаний на американский рынок ценных бумаг через АDR третьего уровня. Аналитики говорят о пяти компаниях с программами АDR третьего (высшего) уровня в ближайшие один-два года и еще о пятнадцати компаниях в два последующих года. По оценкам аналитиков The Bank of New York через 10 лет 70% российских программ будут первого уровня, 20% - третьего уровня, 10% - про-

грамм второго уровня. Таким образом, сложившийся в настоящий момент перекос в выпусках АДР будет устранен. Также заметна тенденция увеличения числа региональных компаний, выпускающих АДР на свои акции. В настоящее время многие российские компании, оценив преимущества

программ АДР, активно работают на перспективу и готовят программы выпуска АДР.

О.А. Горбунова,
доцент кафедры мировой экономики
Российского университета кооперации,
к.э.н.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Моисеев С.Р. Международные валютно-кредитные отношения.-М.: Издательство «Дело и Сервис», 2003.
2. Шилина Г., Мальцев М. Выпуск АДР на акции российских эмитентов – шаг на мировой рынок. // Рынок ценных бумаг. – 1996 - № 3.
3. Соловьев Д.В. Особенности привлечения инвестиций на международных рынках. // Рынок ценных бумаг 2000 - № 6.
4. Минеева Е. ADRs и EuroBonds: сравнительный анализ // Рынок ценных бумаг 2003- № 13.
5. Качалина Т., Мозжухов А. АДР: как выйти на внешний рынок // Консультант 2005 - № 9.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ПРИОБРЕТЕНИЯ ТОВАРОВ И МАТЕРИАЛОВ ЗА НАЛИЧНЫЙ РАСЧЕТ

Организации оптовой и розничной торговли, а также организации, занимающиеся другими видами деятельности, могут приобретать товары и материалы за наличный расчет. Они используются для ведения обычной деятельности (торговой, производственной, оказанием разного рода услуг, выполнением работ по заказам организаций или населения и др.), способствуют ей, применяются для управленческих нужд (канцелярских, поддержанием чистоты в помещениях, проведения торжественных мероприятий и др.).

Основными направлениями приобретения имущества за наличный расчет могут быть следующие:

- у юридических лиц (организаций);
- у физических (частных) лиц;
- у индивидуальных частных предпринимателей.

Покупка товаров и материалов организациями у юридических лиц представляет сделку, т.е. действия, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей (ст. 153 ГК РФ). Рассматриваемые сделки при приобретении товаров и материалов у организаций в большинстве случаев являются двухсторонними. По ним заключается договор купли-продажи, а сумма наличных денежных средств по одной сделке (договору купли-продажи) между юридическими лицами по указанию ЦБ РФ от 14.11.2001 г. № 1050-У не может превышать 60 000 руб. Несоблюдение указанного требования ЦБ РФ приведет к жестким штрафным санкциям. В п. 5 письма ЦБ РФ от 16.03.95 г. №14-4/95 ответственность за нарушение лимита наличными отнесена на покупателя. По отношению к нему размеры штрафных санкций определены Кодексом об административных правонарушениях. С 1 июля 2002 г. по нормам ст. 15.1 Кодекса штраф по отношению к организации, превысившей лимит покупки наличными, составляет от 400 до 500 МРОТ независимо от суммы превышения. По отношению к руко-

водителю организации-нарушителя сумма штрафа составит от 40 до 50 МРОТ. Причем штраф может быть наложен лишь в течение двух месяцев со дня платежа (ст. 4.5 КоАП).

Товары, приобретенные организациями за наличный расчет, по нормам п. 2 ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов» (утв. приказом Минфина РФ от 9 июня 2001 г. № 44н) являются видами материально-производственных запасов. Они могут быть приобретены для перепродажи или использованы как материалы для управленческих нужд организации.

Материально-производственные запасы, приобретенные организацией, в том числе для перепродажи, принимаются к бухгалтерскому учету по фактической себестоимости (п. 5 ПБУ 5/01). Она формируется как сумма фактических затрат на приобретение, за исключением НДС и иных возмещаемых налогов (п. 6 ПБУ 5/01).

Фактическая себестоимость запасов, приобретенных организацией за наличный расчет, складывается из сумм, уплачиваемых по договору продавцу; сумм, уплачиваемых другим организациям за информационные, консультационные и посреднические услуги, связанные с приобретением товаров и материалов; невозмещаемых налогов; затрат по заготовке и доставке активов, включая транспортные расходы; процентов по кредиту; иных затраты, непосредственно связанных с приобретением таких запасов. Для организаций торговли в связи с особенностями организации и технологии, функциями и выполняемыми задачами особое значение среди составляющих фактической себестоимости имеют затраты по доведению товаров до состояния, в котором они пригодны к использованию для продажи. Такие затраты включают расходы торговой организации по подработке, сортировке, фасовке и улучшению технических характеристик приобретенных запасов, не связанные с производственным процессом. Торговые организации, осу-

ществляющие розничную торговлю, кроме фактической себестоимости приобретения товаров, могут оценивать их по продажной стоимости с отдельным учетом наценок (скидок) (п. 13 ПБУ 5/01).

Методика ведения бухгалтерского учета приобретения товаров и материалов за наличный расчет непосредственным образом связана с налогообложением их НДС. Известно, что реализация товаров по договору купли-продажи является объектом обложения НДС независимо от реализации безналичным путем или за наличный расчет (п. 1 ст. 146 НК РФ). При реализации товаров налогоплательщик дополнительно к цене реализуемых товаров обязан предъявить к оплате покупателю соответствующую сумму налога (п. 1 ст. 168 НК РФ). Сумма налога, предъявляемая налогоплательщиком покупателю товаров, исчисляется по каждому их виду как соответствующая налоговой ставке процентная доля цен реализуемых товаров (п. 2 ст. 168 НК РФ).

Для принятия сумм НДС к вычету или возмещению необходимо наличие счета-фактуры по операциям реализации товаров или материалов (п. 1 ст. 169 НК РФ). Они должны быть выставлены продавцом товаров при их приобретении налогоплательщиком и использоваться в деятельности, облагаемой НДС. В соответствии с Федеральным законом от 22.07.05 г. № 119-ФЗ с 1 января 2006 г. для предъявления НДС бюджету организация должна выполнить следующие требования налогового законодательства: приобрести и оприходовать товар, получить у продавца счет-фактуру.

Под оприходованием приобретенного за наличный расчет имущества понимается принятие его на учет на основании составленных покупателем первичных документов – товарных накладных, приходных ордеров и др. Получению покупателем счета-фактуры, который выставляется не позднее пяти дней, считая со дня отгрузки товара (п. 3 ст. 168 НК РФ), должна предшествовать выписка доверенности.

Пример 1. Согласно договору купли-продажи организация-производитель продает синтетические моющие средства организации розничной торговли для уборки помещений и содержания торгового оборудования на сумму 23 600 руб., в том числе НДС – 3600 руб. Покупатель приобрел то-

вары за наличный расчет, а производитель на сумму НДС выставил счет-фактуру.

Записи на счетах бухгалтерского учета в торговой организации будут выполнены следующие.

Д-т сч. 71 «Расчеты с подотчетными лицами»

К-т сч. 50 «Касса»
23 600 руб.

выданы денежные средства под отчет работнику торговой организации для приобретения синтетических моющих средств;

Д-т сч. 10-1 «Сырье и материалы»

К-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

20 000 руб. (23 600 руб. – 3600 руб.)

оприходованы материалы, приобретенные для хозяйственных нужд;

Д-т сч. 19 «НДС по приобретенным ценностям»

К-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

3600 руб.

отражена сумма НДС по оприходованным материалам для хозяйственных нужд;

Д-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

К-т сч. 71 «Расчеты с подотчетными лицами»

23 600 руб.

списана задолженность подотчетного лица за приобретенные материалы»;

Д-т сч. 68 «Расчеты по налогам и сборам», субсч. «Расчеты по НДС»

К-т сч. 19 «НДС по приобретенным ценностям»

3600 руб.

возмещен НДС по оприходованным материалам для хозяйственных нужд.

Использование счета 10-1 «Сырье и материалы» для отражения операций приобретения оборотных средств организацией розничной торговли вызвано тем, что счет 41 «Товары», согласно Плану счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкции по его применению (в ред. приказа Минфина РФ от 7 мая 2003 года № 38н), используется для приобретения имущества с целью перепродажи. Если оборотные активы приобретены для хозяйственных нужд, они учитываются на счете 10-1 «Сырье и материалы».

Наличные денежные расчеты обязательно следует производить по нормам

Федерального закона РФ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» от 22.05.03 г. № 54-ФЗ с выдачей покупателю кассового чека.

В соответствии со ст. 168 НК РФ (п. 7) при реализации товаров за наличный расчет организациями, индивидуальными частными предпринимателями в розничной торговле, другими организациями, выполняющими работы и оказывающие платные услуги населению, требования, установленные налоговым законодательством по оформлению расчетных документов и выставлению счетов-фактур, считаются выполненными, если продавец выдал покупателю кассовый чек или иной документ установленной формы. Таким образом, выписка счета-фактуры в этом случае не является обязанностью продавца и при ее отсутствии покупатель должен включать сумму уплаченного НДС в покупную стоимость или фактическую себестоимость приобретенных активов. Тем более, что в ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов» (п. 6) указано, что невозмещаемые налоги, уплачиваемые в связи с приобретением единицы материально-производственных запасов, относятся к фактическим затратам на их покупку.

Продавец, оформляя оплату товаров и материалов за наличный расчет, может использовать любую контрольно-кассовую технику с фискальной памятью, включенную в Государственный реестр. Поэтому при приобретении товаров или материалов в кассовом чеке возможны следующие варианты выделения НДС:

- НДС не указан вовсе;
- НДС представлен отдельной строкой с указанием его суммы;
- после указания стоимости покупки произведена запись следующего содержания: «...в том числе НДС». Однако ни его процентная величина, ни сумма не указываются.

Независимо от порядка представления НДС в кассовом чеке отсутствие счета-фактуры не дает возможности принять НДС к вычету, а выделение в чеке суммы НДС позволяет в бухгалтерском учете отнести ее на счет 91 «Прочие доходы и расходы» и включить в состав прочих расходов:

Д-т сч. 91-2 «Прочие расходы»

К-т сч. 19 «НДС по приобретенным ценностям».

Поскольку в налоговом учете доходов и расходов суммы НДС не учитываются (п. 1 ст. 170 НК РФ), по ним возникает постоянная разница, приводящая к отражению в учете постоянного налогового обязательства (п. 7 ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль», утв. приказом Минфина РФ от 19.11.02 г. № 114н). Оно исчисляется как произведение не учитываемой для целей налогообложения суммы НДС, уплаченной при приобретении материально-производственных запасов в отчетном периоде за наличный расчет, но не оформленной счетом-фактурой, на ставку налога на прибыль на отчетную дату и оформляется записью:

Д-т сч. 99 «Прибыли и убытки», субсч. «Постоянное налоговое обязательство»

К-т сч. 68 «Расчеты по налогам и сборам», субсч. «Расчеты по налогу на прибыль».

Пример 2. Организация приобрела материалы за наличный расчет, получив только кассовый чек, где выделен НДС отдельной строкой с указанием суммы. Стоимость приобретения составила 1180 руб., в том числе НДС – 180 руб. Представим записи на счетах у покупателя при использовании для учета приобретения материалов согласно учетной политике для целей бухгалтерского учета счета 10 «Материалы»:

Д-т сч. 10 «Материалы»

К-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

1000 руб. (1180 руб. – 180 руб.)

поступили и оприходованы материалы, приобретенные за наличный расчет;

Д-т сч. 19 «НДС по приобретенным ценностям»

К-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

180 руб.

отражена сумма НДС, уплаченная продавцу за материалы;

Д-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

К-т сч. 71 «Расчеты с подотчетными лицами»

1180 руб.

списана задолженность подотчетного лица за приобретенные материалы за наличный расчет;

Д-т сч. 91-2 «Прочие расходы»

К-т сч. 19 «НДС по приобретенным ценностям»

180 руб.

отнесена на прочие расходы оплаченная в составе стоимости материалов не возмещаемая из бюджета сумма НДС;

Д-т сч. 99 «Прибыли и убытки», субсч. «Постоянное налоговое обязательство»

К-т сч. 68 «Расчеты по налогам и сборам», субсч. «Расчеты по налогу на прибыль»
43,20 руб. (180 руб. x 24%)

начислено постоянное налоговое обязательство.

Когда НДС не выделен и отсутствует счета-фактуры стоимость приобретенных организацией товаров или материалов в полной сумме учитывается как расходы при расчете налога на прибыль.

В бухгалтерском учете товаров, приобретенных за наличный расчет торговой организацией, может быть использовано несколько вариантов их оценки, закрепляемых в учетной политике для целей бухгалтерского учета:

- метод учета товаров по покупным ценам;

- метод учета товаров в полной сумме фактических затрат на приобретение;

- метод учета товаров по продажным ценам.

Для учета материалов, купленных организацией за наличный расчет, используются следующие способы учета: *по фактической себестоимости приобретения* или *по учетным ценам*.

Если торговой организацией применяется метод учета товаров по **покупным ценам**, то при их приобретении выполняется запись:

Д-т сч. 41-1 «Товары на складах»

К-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», 71 «Расчеты с подотчетными лицами».

Она производится на стоимость приобретения товаров за наличный расчет в полном объеме, если счет-фактура не выписан.

Сумму транспортных расходов, связанных с закупкой товаров, оплачиваемых сторонней транспортной организацией, отражают бухгалтерской записью:

Д-т сч. 44 «Расходы на продажу»

К-т сч. 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками».

На сумму НДС, уплачиваемого сторонней транспортной организацией при расчетах безналичным путем, производят корреспонденцию:

Д-т сч. 19 «НДС по приобретенным ценностям»

К-т сч. 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками».

Применение согласно учетной политике **метода учета товаров в полной сумме фактических затрат на приобретение** ведет к необходимости все расходы, связанные с покупкой товаров за наличный расчет, в том числе транспортные расходы по услугам сторонней транспортной организации, предварительно собирать на калькуляционном счете 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей». Для этого выполняются записи:

Д-т сч. 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей»

К-т сч. 76 «Расчеты с разными и кредиторами»

на покупную стоимость товаров, приобретенных за наличные, включая налог на добавленную стоимость;

Д-т сч. 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей»

К-т сч. 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»

на стоимость доставки товаров сторонней транспортной организацией;

Д-т сч. 19 «НДС по приобретенным ценностям»

К-т сч. 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»

на сумму задолженности по НДС сторонней транспортной организации по доставке товаров;

Д-т сч. 41 «Товары»

К-т сч. 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей»

на стоимость оприходованных товаров, приобретенных за наличный расчет по учетным ценам;

Д-т сч. 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»

К-т сч. 51 «Расчетные счета»

на сумму погашенной задолженности перед транспортной организацией по доставке товаров, приобретенных за наличный расчет;

Д-т сч. 68 «Расчеты по налогам и сборам», субсч. «Расчеты по НДС»

К-т сч. 19 «НДС по приобретенным ценностям»

на сумму НДС к вычету по услугам сторонней транспортной организации;

Д-т сч. 16 «Отклонение в стоимости материальных ценностей»

К-т сч. 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей»

на величину отклонений фактической себестоимости приобретенных товаров от учетных цен.

При использовании **метода учета товаров по продажным ценам**, приобретенным за наличный расчет без выписки счета-фактуры, организации розничной торговли выполняют следующую корреспонденцию счетов:

Д-т сч. 41-2 «Товары в розничной торговле»

К-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», 71 «Расчеты с подотчетными лицами»

оприходованы товары, приобретенные организацией розничной торговли за наличный расчет;

Д-т сч. 41-2 «Товары в розничной торговле»

К-т сч. 42 «Торговая наценка»
начислена торговая наценка на оприходованные товары.

Использование при оценке материалов, купленных за наличный расчет, **фактической себестоимости приобретения** предполагает применение только счета 10 «Материалы». В этом случае происходит накопление затрат по дебету счета 10 «Материалы» с кредита счета 71 «Расчеты с подотчетными лицами», 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», а затем их списание по назначению:

Д-т сч. 44 «Расходы на продажу»

К-т сч. 10 «Материалы».

Описанный способ наиболее удобен для торговых или других организаций, когда материалы приобретаются для управленческих и хозяйственных нужд и не учитываются в условных денежных единицах, на них не предоставляются скидки продавца, для их приобретения не используются средства коммерческого кредита.

Если для учета материалов, приобретенных за наличный расчет, согласно учетной политике организации применяются **учетные цены**, то бухгалтерский учет заготовления ведется с использованием счетов 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» и 16 «Отклонение в стоимости материальных ценностей».

По дебету счета 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей»

учитывается покупная стоимость материально-производственных запасов по данным расчетных документов, предоставленных подотчетным лицом, сумма НДС, если продавцом не выписан счет-фактура, стоимость доставки материалов, произведенной сторонней организацией и др.

По дебету счета 10 «Материалы» в корреспонденции с кредитом счета 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» списывается стоимость фактически поступивших в организацию и оприходованных материально-производственных запасов по учетным ценам. Сумма разницы в стоимости приобретенных материалов по фактической себестоимости приобретения (заготовления) и учетным ценам списывается со счета 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» корреспонденцией:

Д-т сч. 16 «Отклонение в стоимости материальных ценностей»

К-т сч. 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей».

Если учетные цены превышают фактическую себестоимость и выявлена отрицательная разница, она списывается корреспонденцией:

Д-т сч. 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей»

К-т сч. 16 «Отклонение в стоимости материальных ценностей».

Одним из направлений приобретения товаров торговыми организациями является покупка у частных лиц. Организация должна оформить такое приобретение первичным учетным документом по форме, закрепленной в учетной политике для целей бухгалтерского учета. Таким документом может быть закупочная накладная, торгово-закупочный акт и др., содержание которых должно соответствовать нормам п. 2 ст. 9 Федерального закона РФ «О бухгалтерском учете» от 21 ноября 1996 г. № 129-ФЗ (в ред. Федерального закона от 30 июня 2003 г. № 86-ФЗ). Среди обязательных реквизитов таких первичных документов должны быть:

- наименование;
- дата составления;
- наименование организации, от имени которой составлен документ;
- содержание хозяйственной операции;
- измеритель хозяйственной операции в натуральном и денежном выражении;
- наименование должностных лиц, от-

ветственных за совершение хозяйственной операции и правильность ее оформления;

- личные подписи указанных лиц.

Кроме этого, в документах на приобретение товаров указываются паспортные данные лица, продавшего материальные ценности, номер его страхового пенсионного свидетельства и ИНН.

Перечень лиц, имеющих право подписи первичных документов по приобретению товаров у частных лиц, должен быть утвержден руководителем организации по согласованию с главным бухгалтером.

С физических лиц, продающих товары за наличный расчет, организации, выплачивающие денежные средства, должны удерживать налоги на доходы физических лиц. Физическое лицо, продающее товары, имеет право на имущественный налоговый вычет (ст. 220 НК РФ). В пп. 1 п. 1 ст. 220 НК РФ эта сумма в налоговом периоде не может превышать 125 000 руб. при продаже имущества, находившегося в собственности налогоплательщика менее трех лет. Вместо использования права на получение имущественного налогового вычета налогоплательщик вправе уменьшить сумму своих облагаемых налогом доходов на сумму фактически произведенных им и документально подтвержденных расходов, связанных с получением этих доходов, за исключением реализации налогоплательщиком принадлежащих ему ценных бумаг. Исходя из норм налогового законодательства и в связи с тем, что торговая организация не имеет право определять сумму дохода физического лица, продавшего ей товар, подлежащего налогообложению, она должна представить налоговым органам сведения о суммах, которые она выплатила физическому лицу. Сведения о годовой сумме, выплаченной физическому лицу, организация представляет в налоговую инспекцию в виде справки о доходах физических лиц: форма 2-НДФЛ. За непредставление справок формы 2-НДФЛ организация будет привлечена к ответственности в соответствии со ст. 126 НК РФ в виде штрафа в размере 50 руб. за каждый непредставленный документ.

Представим записи на счетах бухгалтерского учета при приобретении товаров у физического лица за наличный расчет.

Пример 3. Торговая организация приобрела у физического лица грибы шампиньоны для продажи через сеть своих магазинов на сумму 1000 руб. за наличный расчет.

Записи на счетах будут следующие:

Д-т сч. 41-2 «Товары в розничной торговле»

К-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», субсч. «Расчеты с физическими лицами по приобретенным товарам» 1000 руб.

поступили и оприходованы товары, приобретенные у физического лица за наличный расчет;

Д-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», субсч. «Расчеты с физическими лицами по приобретенным товарам»

К-т сч. 50 «Касса»

1000 руб.

погашена задолженность перед продавцом приобретенных товаров за наличный расчет;

Д-т сч. 41-2 «Товары в розничной торговле»

К-т сч. 42 «Торговая наценка»

475 руб. (1000 руб. x 25%) x 18%

начислена торговая наценка на оприходованные товары, если прибыль составляет 25%, а НДС – 18%.

Кроме приобретения товаров и материалов за наличный расчет у организаций и физических (частных) лиц, возможна их покупка у индивидуальных предпринимателей. Система взаимоотношений по приемке товаров, их реализации и расчетов с индивидуальными частными предпринимателями определена в Методических рекомендациях по учету и оформлению операций приема, хранения и отпуска товаров в организациях торговли, утвержденных письмом Комитета РФ по торговле от 10 июля 1996 г. № 1-794/32-5.

Прием организациями торговли товаров от индивидуальных частных предпринимателей ведется по предъявлении патента, свидетельства о государственной регистрации при наличии сертификата или нормативно-технической документации, подтверждающей качество и безопасность продукции для потребителей. Торговая организация совместно с индивидуальным частным предпринимателем составляет и подписывает соглашение, где определяет порядок приема и условия продажи продукции предпринимателя. Условиями продажи являются цены на принимаемые товары, порядок продажи, размер вознаграждения торговой организации, а также условия расчетов. Видами расчетных вза-

имоотношений могут быть предварительная оплата, частичная оплата и оплата после реализации. Кроме этого, если производится прием товара у индивидуальных частных предпринимателей, не имеющих патента, то он ведется на комиссионных началах.

Соглашение составляется в двух экземплярах. Один передается предпринимателю, а второй – используется в торговой организации для учета движения товаров и проведения расчетов. Материально-ответственные лица по мере реализации такого товара составляют справку, в которой представляются сведения о наименовании проданного товара, его количестве, сумме, а также указывается номер соглашения.

Если индивидуальные предприниматели имеют документы, подтверждающие их государственную регистрацию в качестве предпринимателей без образования юридического лица и постановку на учет в налоговых органах, то сведения о выплаченных доходах за приобретенные у индивидуальных предпринимателей товары, продукцию за наличный расчет организациям торговли, являющимся налоговыми агентами, в налоговые органы представлять не следует (п. 2 ст. 230 НК РФ). В этой связи, необходимо к соглашению прикладывать копию свидетельства о регистрации в качестве предпринимателя без образования юридического лица.

В отличие от частных (физических) лиц индивидуальным частным предпринимателям могут быть выплачены из кассы любые наличные суммы, поскольку лимит расчетов наличными в 60 000 руб. применяется в отношении юридических лиц. Индивидуальные частные предприниматели относятся к категории физических лиц (ст. 11 НК РФ).

Приобретенные у индивидуальных частных предпринимателей товары за наличный расчет учитываются по дебету счета 41 «Товары» в корреспонденции со счетом 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», субсч. «Расчеты с индивидуальными частными предпринимателями». Порядок учета НДС зависит от того, выпишет ли индивидуальный предприниматель без образования юридического лица счет-фактуру. Индивидуальный предприниматель без образования юридического лица может выписать счет-фактуру, если он является плательщиком налога на добавлен-

ную стоимость. Ее наличие у торговой организации дает возможность возместить НДС по приобретенным товарам.

Представим записи на счетах в торговой организации, купившей товары у индивидуального частного предпринимателя.

Пример 4. Торговая организация приобрела у индивидуального частного предпринимателя без образования юридического лица керамическую плитку на сумму 70 800 руб., в том числе НДС – 10 800 руб. путем ее оплаты наличными денежными средствами. Индивидуальный предприниматель выставил счет-фактуру, т.к. он является плательщиком НДС.

Записи на счетах будут выполнены следующие:

Д-т сч. 41-2 «Товары в розничной торговле»

К-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», субсч. «Расчеты с индивидуальными частными предпринимателями»

60 000 руб. (70 800 руб. – 10 800 руб.)

оприходованы товары, приобретенные у индивидуального частного предпринимателя;

Д-т сч. 19 «НДС по приобретенным ценностям»

К-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», субсч. «Расчеты с индивидуальными частными предпринимателями»

10 800 руб.

отражен НДС по приобретенным ценностям;

Д-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», субсч. «Расчеты с индивидуальными частными предпринимателями»

К-т сч. 50 «Касса»

70 800 руб.

выплачены из кассы наличные для оплаты товара индивидуального частного предпринимателя;

Д-т сч. 68 «Расчеты по налогам и сборам», субсч. «Расчеты по НДС»

К-т сч. 19 «НДС по приобретенным ценностям»

10 800 руб.

возмещен НДС по оприходованным и оплаченным товарам, приобретенным у индивидуального частного предпринимателя.

**С.Н. Поленова, Т.В. Бодрова,
Н.А. Миславская, Л.Н. Юдина
кафедра бухгалтерского учета
Российского университета кооперации**

АМОРТИЗАЦИЯ КАК ВОЗМЕЩЕНИЕ РАСХОДОВ НА ПРИОБРЕТЕНИЕ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

В настоящее время в экономической литературе приводится много критических замечаний по организации бухгалтерского учета в СССР. Подчеркивается, что бухгалтерский учет развивался «социалистическим путем» в полном отрыве от действующих Международных стандартов бухгалтерского учета. Главный бухгалтер был окружен параграфами и статьями многочисленных инструкций, в которых предусматривалось целевое использование денежных средств, создавались надуманные источники образования имущества предприятия и т.д.

Действительно, в связи с преобладанием государственной собственности в народном хозяйстве СССР бухгалтерский учет развивался своим путем. При начислении амортизации основных средств предусматривалось одновременно с определением их износа создавать амортизационные фонды на капитальные вложения и капитальный ремонт, перечислить большую часть амортизации в централизованный фонд министерства на капитальные вложения, а оставшуюся часть – на особый счет предприятия для капитальных вложений и на специальный счет по капитальному ремонту.

Между основной деятельностью организации и ее капитальными вложениями была воздвигнута «китайская стена»: затраты на основную деятельность возмещались за счет поступлений от реализации продукции и учитывались на одном бухгалтерском балансе, а капитальные вложения – на другом балансе. Руководители предприятий не имели права средства, предназначенные на капитальные вложения, расходовать на основную деятельность и наоборот.

Источниками финансирования капитальных вложений являлись ассигнования из государственного бюджета с привлечением предусмотренных в плане собственных средств (амортизационных отчислений, прибыли, выручки от ликвидации основных средств и выбраковки основного

стада, страховых возмещений за погибшие в результате стихийных бедствий основные средства и др.), а также долгосрочные кредиты банков.

В советское время отвлечение средств на капитальные вложения, не имеющих законных источников покрытия, было принято понимать как иммобилизация оборотных средств не по назначению и при больших суммах рассматривалось как грубое нарушение финансовой дисциплины¹.

Так как предприятия в СССР обычно строились за счет бюджетных ассигнований по государственному пятилетним и годовым планам, то сформировавшаяся в этих условиях концепция амортизации была направлена на воспроизводство основных средств в натуральной форме. Эта концепция сохранилась и до настоящего времени, что находит отражение во многих учебниках и публикациях.

В.А. Белобородова² писала: «... Амортизационные отчисления предназначаются для восстановления основных средств в стоимости, утраченной в процессе их использования».

Г.Я. Киперман³ отмечал: «...Перенесенная часть стоимости основных фондов является частью себестоимости продукции и после ее реализации зачисляется на специальный счет – амортизационный фонд. Амортизационный фонд предназначен для полного восстановления (реновации) изношенных основных фондов».

Е.П. Козлова, Н.В. Парашутин, Т.Н. Бабченко, Е.Н. Галанина⁴ подчеркивали, что «... каждому предприятию следует обеспечить накопление средств (источников), необходимых для приобретения и восстановления окончательно износившихся основных средств».

И.А. Акодис⁵: «Понятие «амортизации», «амортизационные отчисления» или «амортизационный фонд» можно сформулировать как постоянно накапливаемый в стоимостном выражении износ основных средств и нематериальных активов для

последующего использования на реновацию, т.е. на простое и расширенное воспроизводство стоимости соответствующих активов».

А.Д. Ларионов⁶ писал: «...Амортизационные отчисления образуют фонд средств для возмещения объектов, выбывших в связи с их износом».

Е.Н. Станиславчик⁷ отмечал: «Амортизационные отчисления предназначены для возмещения стоимости основных фондов, накопления средств на их обновление».

В.А. Кондратюк и др.⁸ писали, что понятие амортизации основано на достаточности амортизационных отчислений для последующей замены основных средств. В связи с этим предлагается «усилить контроль за использованием амортизационного фонда...».

Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова⁹ писали: «...Амортизация – это денежное выражение износа основных фондов. Ее суммы накапливаются, в целях инвестиционного восстановления основных фондов».

В.И. Астахов¹⁰ считает, что «... амортизация представляет собой часть текущих издержек организации, формирующихся в результате постепенного возмещения износа основных средств в стоимостном выражении при одновременном аккумулировании средств на их воспроизводство по окончании срока службы».

В постсоветский период государство придерживалось такой же амортизационной политики. Так, законом РФ от 27 декабря 1991 года № 2116-1 «О налоге на прибыль предприятий и организаций» было определено, что при исчислении налога облагаемая прибыль должна уменьшаться на суммы, направленные на финансирование капитальных вложений, при условии полного использования начисленной амортизации.

М.И. Кутер, В.Ю. Паздерова, Э.Б. Делиболтоян¹¹ различают капитализацию, декапитализацию и рекапитализацию затрат на приобретение основных средств. Капитализация представляет сумму затрат на приобретение основных средств. Декапитализация этих затрат производится путем начисления амортизации и направлена не только на формирование финансового результата, но и на рекапитализацию затрат в основные средства по окончании их экс-

плуатации. Отмечалось, что необходимость рекапитализации затрат определена принципом продолжения деятельности, который предполагает замену основных средств по окончании срока их эксплуатации.

Но в пункте 6 Положения по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» ПБУ 1/98 отмечено, что данный принцип подразумевает лишь отсутствие намерения о ликвидации организации и следовательно, обязательства будут погашаться в установленном порядке. При этом не утверждается необходимость замены основного средства за счет начисленной в течение срока его полезного использования амортизации.

Так как в рамках действующей методики бухгалтерского учета основных средств отображение процесса формирования и использования амортизационного фонда методом двойной записи невозможно, то М.И. Кутер и др. считают целесообразным открыть несистемный (забалансовый) контрольно-мемориальный счет «Амортизационный фонд», при формировании которого предлагается принимать во внимание следующие моменты:

величина амортизации в составе полученной выручки не совпадает с амортизационными отчислениями, начисленными в составе себестоимости готовой продукции (работ, услуг) в целях формирования финансового результата;

накапливаемые для рекапитализации средства амортизационного фонда в течение периода эксплуатации объектов основных средств используются в хозяйственном обороте организации или на фондовом рынке, соответственно, они должны дисконтироваться;

при отсутствии источников покрытия убытка в структуре реинвестированного капитала амортизационный фонд выступает временным источником его компенсации.

Действительно, сумма амортизационных отчислений за отчетный месяц не совпадает с величиной поступившей на расчетный счет амортизации в составе выручки от продаж из-за наличия остатков незавершенного производства, готовой продукции на складе, а также отгруженных, но не оплаченных товаров и дебиторской задолженности покупателей. Но так ли ак-

туально формировать амортизационный фонд в доле выручки от реализации продукции со дня поступления средств на расчетный счет? Ведь выручка с 1995 г. считается в бухгалтерском учете с момента отгрузки (перехода права собственности)!

Что касается дисконтирования сумм амортизации, возмещенных в выручке и использованных организацией на другие цели в качестве оборотных средств, то практическая необходимость в нем отсутствует. Какой смысл начислять проценты на возмещаемые в выручке амортизационные отчисления в момент поступления денег на расчетный счет и рассматривать их при использовании на эксплуатационные нужды как заемные средства?

В другой работе М.И. Кутер, В.Ю. Паздерова, Э.Б. Делиболтоян отмечали¹², что «применяемая методика бухгалтерского учета отражает только декапитализацию затрат, но не фиксирует процесс рекапитализации. Накопленные по кредиту счета 02 «Амортизация основных средств» амортизационные отчисления выступают в качестве регулятива при определении балансовой стоимости основных средств, находящихся в эксплуатации, и не связаны с формированием и использованием амортизационного фонда. Независимо от того, какой метод начисления амортизации выбран организацией-производителем, на рынке одинаковая продукция будет продаваться по одинаковым общественно признанным ценам. Соответственно, рынок оплатит и одинаковую амортизацию основных средств».

Напрашивается вывод: объектом формирования амортизационного фонда должны выступать не суммы начисленной амортизации, а суммы, признанные на рынке в составе выручки. Наиболее вероятно, что рынок примет амортизацию, близкую к рассчитанной линейным методом. Именно такой подход выравнивает всех производителей и уравнивает их затраты на производство продукции (работ, услуг). Так в каких суммах следует формировать амортизационный фонд?

Далее авторы отмечают, что наиболее сложным представляется определение входящего остатка амортизационного фонда в случае, когда учет фонда не совпадает с моментом актуализации бухгалтерского уче-

та. Проблему восстановления в бухгалтерском учете понятия «амортизационный фонд» и расчета его величины предлагается рассматривать, начиная с 2001 г., периода относительной стабилизации экономики России. Ранее накопленные суммы (до 2001 г. включительно) «сгорели» в результате рыночных преобразований, обвала цен, дефолта, инфляции и прочих негативных явлений.

В упрощенном виде начальный амортизационный фонд можно определить как сумму начисленных и аккумулированных отчислений за период с января 2001 г. и по дату восстановления фонда. Далее, учитывая, что рынок покрывает только общественно признанные отчисления, а наиболее приближены к ним показатели рыночного распределения, предлагается по отдельным объектам, по которым суммы амортизации начислены нелинейными ускоренными методами, пересчитать их линейным способом. Кроме того, полученный показатель покрытой амортизации предусматривается скорректировать на коэффициент реализации выручки, который характеризуется соотношением объема реализации (сумма оплаченной выручки) и объема продаж. При этом сумму пополнения амортизационного фонда определить произведением себестоимости проданной продукции на долю амортизации в себестоимости и коэффициент реализации выручки.

Понятно, что существующие нормативные акты не допускают подобный пересмотр размеров амортизационных отчислений, финансовых результатов и другие показатели бухгалтерской отчетности за прошедшие пять лет.

В следующей статье Э.А. Делиболтоян отказался от необходимости применения забалансового счета «Амортизационный фонд»¹³ и предложил открыть к счету 80 «Уставный капитал» субсчета: 80-1 «Уставный капитал во внеоборотных и оборотных активах» и 80-2 «Амортизационный фонд». При этом на сумму начисленного амортизационного фонда следует производить запись: дебет 80-1 кредит 80-2. При приобретении основных средств за счет амортизационного фонда наряду с отражением ввода объекта в эксплуатацию (по счету 01 «Основные средства») произво-

дится запись: дебет 80-2 «Амортизационный фонд» кредит 80-1 «Уставный капитал во внеоборотных и оборотных активах», а при приобретении объектов за счет реинвестированного капитала дебет 84-1 «Непотребленная нераспределенная прибыль» кредит 84-2 «Нераспределенная прибыль, потребленная на приобретение внеоборотных активов».

Д.А. Панков писал¹⁴: «За рубежом расчет амортизации трактуется как процесс систематического распределения первоначальной стоимости внеоборотных активов на затраты по периодам эксплуатации, а не как измерение их текущей рыночной стоимости на дату составления баланса... Показываемая в балансе остаточная стоимость... характеризует собой ту часть их стоимости, которая должна быть списана на затраты в будущем...»

Амортизация существенно отличается от других статей затрат с точки зрения места и роли в кругообороте средств и в денежных потоках предприятия. Приобретение внеоборотных активов представляет собой как бы предоплату на несколько лет вперед тех расходов, которые предприятие неизбежно должно нести для того, чтобы использовать в своем обороте средства труда.

В свою очередь, являясь частью первоначальной стоимости внеоборотных активов, амортизация возвращается на предприятие как элемент позитивного денежного потока через выручку в счет возмещения ранее понесенных расходов на покупку этих активов. С точки зрения зарубежной теории учета, накопленная амортизация не является неким фондом накопления денежных средств для замены устаревших внеоборотных активов».

В условиях рыночной экономики и преобладании частной собственности деление средств собственников (акционеров, учредителей, пайщиков) на основные и оборотные потеряло былое значение. Амортизация основных средств рассматривается как форма возмещение капитала, авансированного в долгосрочные вложения. Это исключает необходимость применения счета «Амортизационный фонд», упрощает бухгалтерский учет и соответствует Международному стандарту финансовой отчетности 16 «Основные средства».

В странах с рыночной экономикой принято, что амортизация – это инструмент, который путем ежемесячных отчислений позволяет возместить затраты, понесенные на приобретение основных средств. То есть, как указано в п.7 Международного стандарта финансовой отчетности 16 «Основные средства», «амортизация – это систематическое уменьшение амортизируемой стоимости актива на протяжении срока его полезного использования» (Depreciation is the systematic allocation of the depreciable amount of an asset over its useful life). При таком подходе затраты на капитальные вложения по существу представляют собой разновидность расходов будущих периодов, которые в виде амортизационных отчислений включаются в себестоимость продукции.

Тем не менее, в форме федерального государственного статистического наблюдения № П-2 «Сведения об инвестициях» (утв. Постановлением Росстата от 1 августа 2005 г. № 54) в разделе 3 организациям необходимо привести данные о следующих источниках инвестиций: собственные средства (прибыль, амортизация) и привлеченные средства (кредиты банков, заемные средства других организаций, бюджетные средства, средства внебюджетных фондов, прочие).

Как можно заполнить эту форму статистического наблюдения, если использование начисленной амортизации в бухгалтерском учете не отражается, а данные о переходящих свободных остатках амортизационных отчислений на начало отчетного года (квартала, месяца) отсутствуют? С выходом Плана счета (2001 г.) было отменено образование специальных фондов, в том числе фонда развития производства, за счет прибыли, оставшейся после налогообложения. В то же время организации имеют право по собственному усмотрению расходовать на финансирование капитальных вложений оборотные средства в виде свободных денег на расчетном счете и остатков товарно-материальных ценностей на складе (при строительстве хозяйственным способом) и привлекать для этой цели заемные средства.

Как известно, в зарубежной практике общий (главный) бюджет организации

(master budget) состоит из двух бюджетов – операционного и финансового. При этом в финансовом бюджете движение денежных средств отражается без указания взаимной увязки предполагаемых источников (выручка от продаж, полученные займы, государственные субсидии и др.) с направлениями их использования в будущем (на

закупку материалов, оплату труда, капитальные вложения, налоги и др.).

Д.В. Слабинский,
Белгородский университет
потребительской кооперации
Л.В. Усатова,
ректор Чебоксарского
кооперативного института, к.э.н., доцент

¹ Экономический анализ работы предприятий / Под ред. проф. А.Ш. Маргулиса. – М.: Финансы, 1977. – 424 с.

² Бухгалтерский учет в основами экономического анализа. – М.: Финансы и статистика, 1982. С. 76.

³ Рыночная экономика: 200 терминов / Под общ. ред. Г.Я. Ки-пермана. – М.: Политиздат, 1991. С. 10.

⁴ Бухгалтерский учет. – М.: Финансы и кредит, 1994. С. 161.

⁵ Финансовый менеджмент. Учебник для вузов / Под ред. Г.Б. Поляка. – М.: Финансы и кредит, 1997. С. 140.

⁶ Бухгалтерский учет. / Под ред. А.Д. Ларионова. – М.: ПРОСПЕКТ, 1998. С. 56.

⁷ Станиславчик Е.Н. Основы финансового менеджмента. – М.: “Осв89”, 2001. С. 88.

⁸ Кондратюк В.А., Тюрин Е.Т., Кондратюк А.В. Влияние амортизационной политики на обновление основных фондов. // Лесная промышленность, 2002. № 4. С. 7-9.

⁹ Финансовый анализ. Управление финансами. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. С. 198.

¹⁰ Бухгалтерский (финансовый) учет. – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д. Издательский центр «МарТ», 2005. С. 541.

¹¹ Кутер М.И., Паздерова В.Ю., Делиболтоян Э.Б. Капитализация, декапитализация и ркапитализация затрат на приобретение основных средств. Журнал “Официальные материалы для бухгалтера. Комментарии и консультации”, 2005. № 14. С. 31-32.

¹² М.И. Кутер, В.Ю. Паздерова, Э.Б. Делиболтоян. Методика формирования амортизационного фонда // Актуальные проблемы учета, экономического анализа и финансово-хозяйственного контроля деятельности коммерческой организации: Материалы II Всерос. науч.-практ. конф. – Воронеж, 2005. С. 58-59.

¹³ Делиболтоян Е.А. К вопросу об отражении на бухгалтерских счетах формирования и использования амортизационного фонда. // Актуальные проблемы учета, экономического анализа и финансово-хозяйственного контроля деятельности коммерческой организации: Материалы II Всерос. науч.-практ. конф. – Воронеж, 2005. С. 29-32.

¹⁴ Панков ДА. Бухгалтерский учет и анализ за рубежом. – Мн.: Новое знание, 2002. С. 113-114.

СОХРАНЕНИЕ ИМУЩЕСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА – ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Одним из приоритетных направлений в деятельности потребительской кооперации становится управление имуществом. Целью управления является сохранение и развитие имущественного комплекса на основе укрепления кооперативной собственности. Под имущественным комплексом мы подразумеваем, прежде всего, недвижимое имущество.

На наш взгляд, система управления кооперативной собственностью в части объектов недвижимого имущества базируется на:

- прозрачности данных о составе объектов кооперативной собственности, основанных на учете движения, приращения и выбытия имущества;
- определении рыночной стоимости объектов недвижимости и прав пользования ими;
- создании единого банка данных обо всех объектах недвижимости;
- применении всего разрешенного законодательством инструментария при использовании объектов недвижимости;

- полноценной защите имущественных прав организации;

- достижении максимальной доходности объектов недвижимости

Цикл управления кооперативным недвижимым имуществом показан на рисунке.

Реализация механизма управления недвижимым имуществом в кооперативных организациях затруднена в силу объективных и субъективных причин, сложившихся за годы реформирования.

За последнее десятилетие в потребительской кооперации проявляется негативная тенденция выбытия имущества, что выражается в сокращении количества объектов и уменьшении стоимости имущества.

По данным бухгалтерской отчетности СПО «Холбос» Республики Саха (Якутия) за период с 01.01.1991 г. по 01.01.2005 г. сократилось количество: объектов торговли – вдвое, объектов общественного питания, общетоварных складов – в шесть раз.

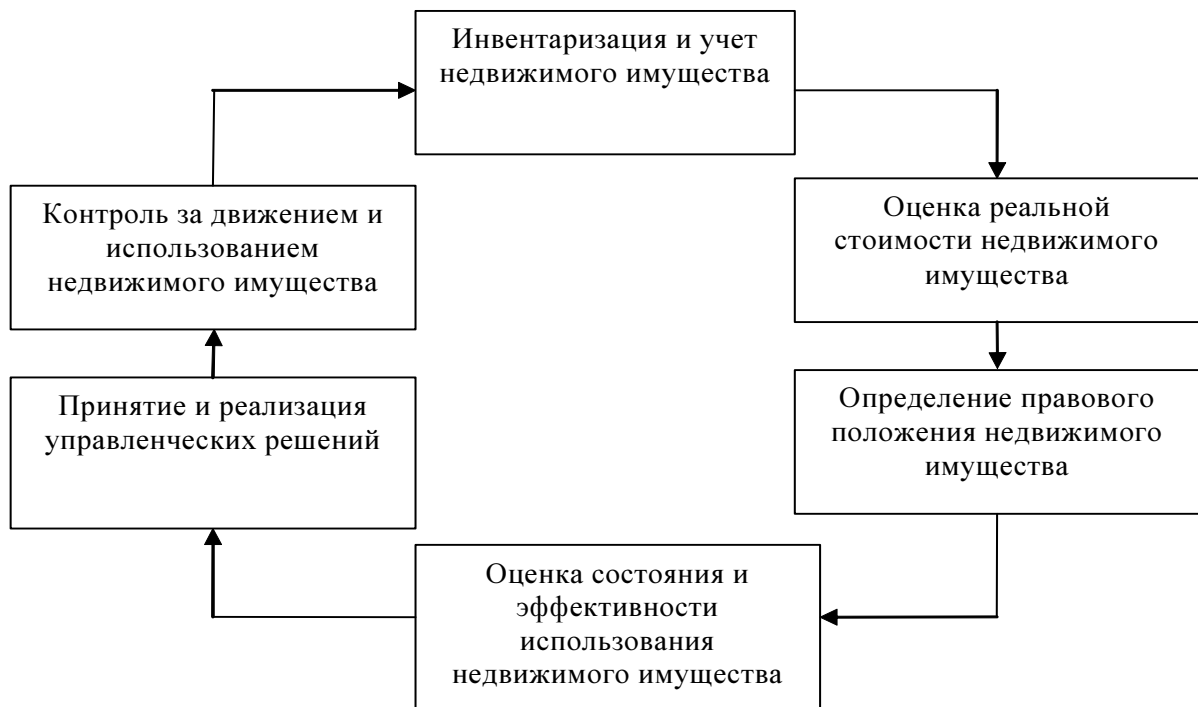


Рис. Цикл управления кооперативным недвижимым имуществом

На прежнем уровне сохранилось только количество объектов производства – 292 единиц, хотя за этот период их число колебалось от 227 до 325 единиц. Начиная с 2002 г., открылись приемозаготовительные пункты, количество которых на 01.01.2005 г. составило 47 единиц.

Сокращение кооперативного имущества вызвано рядом причин: распродажа, сдача в аренду, ликвидация, консервация в связи с убыточностью содержания, арест по решению налоговых органов и приговоров суда, отчуждение в личную собственность.

Так, в Союзе потребительских обществ «Холбос» за рассматриваемый период передано безвозмездно другим организациям объектов: торговли – 78 единиц, общественного питания – 10, производства – 53 единиц. Продано объектов: торговли – 7 единиц, производства – 3, здания контор – 4 единиц.

Отторжение объектов собственности также происходит при передаче в качестве вклада в уставный капитал при создании новых коммерческих субъектов гражданского оборота. Эта тенденция усилилась в связи с изменениями налогового законодательства.

Только за 2004 год в Союзе потребительских обществ «Холбос» внесено в уставный фонд других форм собственности объектов: торговли – 34 единицы, общественного питания – 2, производства – 9 единиц. Эти объекты характеризуются наибольшими полезными площадями и производственными мощностями, то есть отторгается наилучшая часть недвижимого имущества.

Обычно мотивацией процесса создания хозяйственных обществ и внесение в их уставный капитал объектов потребительских обществ является снижение «налогового бремени» в связи с переходом на упрощенную систему налогообложения. Многие потребительские общества видят в этом единственный выход из состояния убыточности.

В «Программе финансового оздоровления потребительской кооперации Республики Саха (Якутия) на 2005–2006 годы» в качестве основных направлений совершенствования деятельности отмечены: создание на базе производственных предприя-

тий кооперативных организаций обществ с ограниченной ответственностью, сдача в аренду неиспользуемых площадей по всем кооперативным организациям.

По нашему мнению, потребительские общества не должны стремиться к образованию других организационно-правовых форм: производственных кооперативов, товариществ, акционерных обществ, обществ с ограниченной ответственностью, так как при их банкротстве (это часто получается в результате сознательных действий) кооперативное имущество теряется, что было доказано на практике деятельностью потребительских обществ и их союзов в начале 90-х годов 20 века.

Например, в Союзе потребительских обществ «Холбос» отчуждено имущество, вложенное в ЗАО производственно-пищевой комбинат «Роса», пушно-меховой производственный кооператив «Кырымах», ООО «Холбос-нефть».

При создании новых коммерческих субъектов гарантией сохранности кооперативного имущества принято считать тот факт, что единственным учредителем является потребительское общество, в договоре фиксируются формы сотрудничества, которые обеспечивают выполнение обязательств перед кооперацией.

В то же время по действующим законодательным актам при создании хозяйственных товариществ и обществ потребительское общество теряет право собственности (как вещное право) на имущество, вносимое в качестве вклада в уставный или складочный капитал вновь созданного субъекта хозяйственной деятельности, а приобретает обязательственное право к нему (право требования). При этом учредитель ответственность по обязательствам созданного им субъекта не несет. Следовательно, имеется законодательная база для отчуждения кооперативной собственности.

Также, в целях экономии отчислений по налогу на имущество обычно практикуется консервация неиспользуемых объектов. Сдача в аренду неиспользуемых объектов рассматривается как один из основных дополнительных источников получения доходов.

В Союзе потребительских обществ «Холбос» на 01.01.2005 г. на консервации

находятся основные средства стоимостью 19,2 млн. руб., неиспользуемые объекты стоимостью 14,9 млн. руб. сданы в аренду.

В некоторых случаях предпринимаются попытки перенести в потребительскую кооперацию модель арендных отношений, апробированную в различных вариантах в других странах мира. На наш взгляд, данная модель эффективна и жизнеспособна только для сельскохозяйственных кооперативов.

Рассмотрим один из вариантов – аренда магазинов работниками на основе индивидуального предпринимательства без права образования юридического лица. Коллектив магазина получает коммерческую свободу. Потребительское общество остается собственником имущества, формально власть органов управления и контроля сохраняется. В то же время экономическая эффективность торговой деятельности потребительского общества снижается, так как в любом случае доходы от аренды площадей меньше, чем доходы от реализации продукции, товаров, услуг.

Несомненно, доходы от аренды позволяют возместить часть текущих расходов потребительского общества на данный момент. Но с точки зрения перспективы развития, на наш взгляд, такие меры ограничивают возможности кооперативных организаций, характеризуют «упущенную выгоду», которую можно количественно измерить как разность между доходами арендаторов и доходами собственника от арендной платы. Кроме того следует учитывать, что этим потребительская кооперация поддерживает конкурентов, которыми являются арендаторы. Как правило, объекты организаций потребительской кооперации исторически расположены в наиболее выгодных для торговли местах (центре, в зонах наиболее массового скопления покупателей) населенного пункта. Получается, кооперативные организации сами создают условия для наращивания капитала конкурентами

За 1998–2004 годы наибольший удельный вес оборота торговли Союза потребительских обществ «Холбос» в общем объеме оборота Республики Саха (Якутия) приходится на 2001 год – 6,4%, когда зафиксировано наибольшее количество объектов

торговли – 626 единиц. Далее наблюдается сокращение объектов торговли и соответствующее снижение доли системы на потребительском рынке региона. Таким образом, обеспеченность торговой сетью непосредственно влияет на конкурентоспособность организаций.

В целях оптимизации отчислений по налогу на имущество следует проводить переоценку основных средств до их реальной стоимости с привлечением профессиональных оценщиков, перепрофилировать объекты.

Следует подчеркнуть, что имеющихся стоимостных оценок имущества в нормативных документах бухгалтерского учета явно недостаточно. Превалирующая в них методология учета остаточной или восстановительной стоимости не отражает рыночной ситуации и реальной стоимости объекта.

Бухгалтерский учет отражает стоимость в фиксированных ценах, но не истинную ценность объектов учета. В активе баланса показывается не реальная стоимость основных средств, а стоимость, зависящая от методов переоценки. В пассиве баланса стоимость имущества не выделена, она растворяется в добавочном капитале. Кооперативные организации не имеют четкого представления о конкретной стоимости, не прослеживают движение своего имущества.

Как показала практика, в большинстве организаций потребительской кооперации в результате ранее проведенных переоценок балансовая стоимость основных средств оказалась слишком завышенной, что в существенной мере усугубило финансовое положение системы. Это связано с тем, что для организаций изменение размера основного капитала в сторону увеличения привело к тому, что суммы начисленной амортизации, уменьшающей налогооблагаемую прибыль, оказались меньше, чем суммы убытков, и это не дало возможности снизить платежи в бюджет по налогу на прибыль, а напротив, повысило расходы по налогу на имущество.

На данный момент по потребительской кооперации в целом не известен фактический размер недвижимого кооперативного имущества ни в суммовом (денежном), ни в количественном выражении.

Следовательно, эффективное руководство организацией невозможно без достоверной информации о реальной стоимости имущества, что особенно важно при выдаче и получении кредита под залог имущества, для принятия инвестиционных решений, оптимизации налогообложения, для согласования вопросов о партнерстве и других.

После определения реальной стоимости имущества для создания единого банка данных обо всех объектах недвижимости необходимо провести инвентаризацию имущества кооперативных организаций.

К инвентаризации следует подходить как одному из методов средств контроля за сохранностью собственности. Поэтому формальный подход к проведению инвентаризации, когда данные бухгалтерского учета при любых обстоятельствах констатировали лишь факт наличия объектов собственности, что не устраивает собственников этого имущества. Собственнику необходимо знать фактическое наличие имущества, его техническое состояние, рыночную стоимость для определения способности приносить доход в будущем.

В соответствии со статьей 12 Закона Российской Федерации «О бухгалтерском учете» для обеспечения данных бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности организации обязаны проводить инвентаризацию имущества и обязательств, в ходе которой проверяются и документально подтверждаются их наличие, состояние и оценка.

Как правило, при проведении инвентаризации в потребительских обществах, союзах делают акцент на инвентаризации обязательств и не проверяется наличие и состояние имущества, а также не устанавливаются реальные их собственники. Только систематический контроль, в том числе инвентаризации, за наличием и движением объектов недвижимого имущества позволит потребителям обществ, союзам своевременно принимать действенные меры, направленные на сохранение кооперативной собственности. При этом инициаторами должны выступать непосредственно пайщики.

Таким образом, назрела необходимость «инвентаризации» кооперативной собственности – единовременного учета

объектов недвижимого имущества организаций потребительской кооперации, входящих в Центросоюз Российской Федерации, с обязательной оценкой правового статуса и установлением реальных собственников каждого объекта.

Результатом инвентаризации имущества должно явиться точное определение и юридическая фиксация системы прав собственности: не только составление реестра объектов собственности, но и прозрачность отношений собственности. Это дает возможность составить своего рода портрет системы прав собственности с обязательной фиксацией законности или незаконности получения собственности нынешними владельцами, а также меры эффективности использования имущества, позволит выявить незаконно отчужденные и неэффективно используемые объекты кооперативной собственности.

Для защиты имущественных прав организации следует как можно более полно использовать разрешенный законодательством инструментарий по объектам недвижимости

Закон Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» впервые с 1997 г. особо выделил неделимый фонд. В Законе записана лишь возможность создания неделимого фонда потребительскими обществами или союзами. Однако Закон не отразил обязательность его создания. И это, по – нашему мнению, недостаток Закона, поскольку с образованием неделимого фонда мы связываем возможность сохранения собственности потребительской кооперации.

Потребительские общества и союзы имеют право как создавать, так и не создавать неделимый фонд, то есть сохранность объектов неделимого фонда, как основного имущества системы ставится в зависимость от волеизъявления, прежде всего, руководителей.

Общее собрание представителей потребительских обществ Российской Федерации 14 июля 2004 г. приняло «Положение о фондах потребительской кооперации Российской Федерации», в котором впервые определен порядок формирования фондов, в том числе и недели-

мого. Центросоюз Российской Федерации разработал «Методические указания по бухгалтерскому учету фондов потребительской кооперации».

Заслуга Центросоюза Российской Федерации заключается в попытке сохранения собственности потребительской кооперации, организации учета неделимого фонда, определении приоритетов распределения прибыли. Логически за такими постановлениями должны последовать реформирование бухгалтерского баланса, образование фонда и контроль за использованием этого фонда.

При создании неделимого фонда следует опираться на положительный опыт сельскохозяйственной кооперации. Закон Российской Федерации «О сельскохозяйственной кооперации» закрепляет неприкосновенность основного имущества кооперативов от внешних посягательств путем создания неделимого фонда в обязательном порядке.

С созданием неделимых фондов потребительских сельскохозяйственных кооперативов, что предусматривается приоритетным национальным проектом «Развитие агропромышленного комплекса» Президента Российской Федерации Путина В.В., отношение к неделимому фонду может оказаться решающим в конкуренции между двумя видами кооперативов: кооперативами, созданными на основе Закона Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» и потребительскими кооперативами, созданными на основе Закона Российской Федерации «О сельскохозяйственной кооперации». Другим конкурентным преимуществом новых потребительских кооперативов является тот факт, что они рассматриваются как часть агропромышленного комплекса, то есть на них распространяются все льготы, в том числе по земельному налогу, агропромышленного комплекса.

В этой статье мы не касаемся механизма создания неделимого фонда, который подробно нами рассмотрен в монографии «Отношения собственности в потребительской кооперации».

Одним из наиболее распространенных недостатков в управлении имуще-

ством деятельности организаций потребительской кооперации является отсутствие документов, подтверждающих право собственности на объекты недвижимости. Еще недостаточно активно ведется работа по регистрации права собственности на имущество и земли. Так, в Союзе потребительских обществ «Холбос» из всех объектов зарегистрированы менее половины, к которым относятся, как правило, объекты в центральных усадьбах, используемых в виде залога для получения кредитных средств.

Потребительские общества для получения свидетельства о праве собственности могут и должны опираться на давность владения как основу доказательства своих прав. Гражданский кодекс Российской Федерации от 1994 г., статья 234 гласит: «Лицо – гражданин или юридическое лицо, не являющееся собственником имущества, но добросовестно, открыто и непрерывно владеющее как своим собственным недвижимым имуществом в течение пятнадцати лет либо иным имуществом в течение пяти лет, приобретает право собственности на это имущество (приобретательная давность)» [1, с. 109].

Эффективность управления кооперативным имуществом также зависит от объективных причин.

Дальнейшее развитие кооперативной собственности затруднено недооценкой сущности кооператива как социально-экономического образования и роли кооперативной собственности в решении общегосударственных социальных задач, что актуализирует необходимость формирования эффективной системы взаимодействия государства и кооперативных организаций. Действующее законодательство не учитывает социальный потенциал кооперативного сектора, что сдерживает осуществление комплексных возможностей социальной миссии кооперативных организаций. Так, Гражданский кодекс Российской Федерации не предусматривает особых механизмов реализации кооперативной собственности и хозяйственных структур, созданных на ее основе.

Современная ситуация характеризуется отсутствием достаточно четкой государственной политики в отношении кооперативного сектора.

Механизм государственного воздействия на систему кооперативных отношений должен представлять собой комплекс экономических мероприятий, основанных на признании уникальности кооперативной собственности, законодательное обеспечение кооперативного сектора экономики, необходимости использования кооператив-

ных принципов, сохранения экономической самостоятельности системы потребительской кооперации.

*Л.И. Данилова,
доцент Якутского филиала
Сибирского университета
потребительской кооперации, к.э.н.*

ЛИТЕРАТУРА:

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (части первая, вторая и третья). Гражданский Кодекс РСФСР (действующая часть): По состоянию на 15 марта 2004 г. – Новосибирск: Сиб. унив. изд-во, 2004.
2. О бухгалтерском учете. Закон Российской Федерации от 21 ноября 1996 года № 129-ФЗ. – М.: Бухгалтерский учет, 2001.
3. О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации. Закон Российской Федерации от 28 апреля 2000 года № 54-ФЗ. – М.: Издательски – книго-торговый центр «Маркетинг», 2001.
4. О сельскохозяйственной кооперации. Закон Российской Федерации от 11 июня 2003 года № 73 - 83 // Российская газета. – 1995. – 16 декабря.
5. Об утверждении Положения о фондах потребительской кооперации Российской Федерации: Постановление 125-го общего Собрания представителей потребительских обществ Российской Федерации от 14 июля 2004 г. // Деловой вестник «Российской кооперации». – 2004. – № 9. С. 40–44.
6. Об утверждении Методических указаний по бухгалтерскому учету фондов потребительской кооперации Российской Федерации: Постановление Центросоюза Российской Федерации от 14 июля 2004 г. // Деловой вестник «Российской кооперации». – 2004. – № 9. С. 44–51 .
7. Данилова Л.И. Неделимый фонд потребительской кооперации. Учебно-методическое пособие. – Новосибирск: СибУПК, 2005.
8. Данилова Л.И. Отношения собственности в потребительской кооперации. – Новосибирск: СибУПК, 2004.
9. Макарьева В.И. Учет и налогообложение в потребительских кооперативах // Бухгалтерский учет. № 18. 2004 г. С. 49.

МИНЕРАЛЬНАЯ ЦЕННОСТЬ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

В настоящее время при повышенном потреблении хлеба и сравнительно большой доли зерновых продуктов в суточном рационе вопрос о роли минеральных элементов зерна, муки и печеного хлеба в снабжении человеческого организма ими приобретает особую актуальность.

Содержание минеральных элементов наиболее высоко в муке из цельного зерна и приготовленном из нее хлеба, а наиболее низко в муке высших сортов и соответствующем хлебе [1, 2].

Поэтому имеет смысл рассмотреть количественное и качественное распределение минеральных элементов в различных частях зерна, в различных сортах муки и затем на основании этого проанализировать пищевую ценность хлеба с точки зрения его минерального состава.

В табл.1. приведена средняя зольность отдельных частей пшеничного зерна [4].

Из приведенных данных видно, что отдельные части зерна пшеницы существенно различаются между собой по содержанию минеральных элементов. Особенно высока их концентрация в алейроновом слое, минимальная – в эндосперме.

Для характеристики минеральной ценности муки и печеного хлеба важное значение имеет качественный состав минеральных элементов.

В настоящее время можно считать установленным, что с точки зрения физиологии питания наибольшее значение среди

минеральных компонентов зерна имеют кальций, фосфор и железо [2, 3].

Наиболее высоко содержание кальция в оболочках и зародыше, а следовательно, и в отрубях. Меньше всего кальция в эндосперме. Это видно из следующих данных: – сопоставляя соотношение кальция и магния в муке различного выхода, Кретович В.Л. и Токарев Р.Р. [4] показали, что в золе периферических частей зерна пшеницы содержится меньше кальция и больше магния, чем в золе внутренних слоев.

В связи с той ролью, которую за последние годы приписывают фитину как компоненту зерна, от которого зависит усвояемость кальция, данные о распределении фитинового фосфора представляют особый интерес. По данным лаборатории Союза британских и ирландских мукомолов, фитиновый фосфор в среднем составляет 70–75% всего фосфора, содержащегося в пшеничном зерне, в том числе в отрубях – 85–95, в зародыша 10–50 и в эндосперме – 30–40%.

По данным Васильевой Е.Н., фосфор фитина составляет в пшеничной муке 42,7; 51,1 и 58,9% от общего фосфора муки соответственно 30,70 и 85%-ного выхода. Данные Асмаевой З.И. свидетельствуют о том, что из всего количества элементов, имеющих в зерне, на долю муки всех сортов приходится кальция 48, калия 20, магния 30, натрия 50 и фосфора 40%. Из этих данных видно, что кальций и натрий распределяются в зерне более равномерно по сравнению со всеми остальными элементами, которые концентрируются преимущественно в оболочке зерна.

Также важным является вопрос о содержании в зерне и муке железа. Этой проблемой занимался ряд зарубежных и советских авторов [1, 2, 3]. На основании проведенных анализов установлено, что между общим содержанием золы в продукте, с одной стороны, и содержанием

Таблица 1
Содержание золы в пшеничном зерне,
в процентах на сухое вещество

Наименование частей зерна пшеницы	Содержание золы	Кальций, мг/100 г
Зерно целиком	1,81	38,4
Эндосперм	0,32	15,9
Зародыш	4,51	46,7
Оболочки с алейроновым слоем	9,22	90,4

железа – с другой, имеется определенная зависимость. С увеличением содержания золы в продукте возрастает и содержание железа. Так, среднее содержание железа в муке высшего сорта составляет 8,4, в муке первого сорта (зольность 0,82%) – 17,4, в муке низшего сорта (зольность 2,34%) – 38,7 мкг/г.

Кроме того, Н.А. Ильвицкий и З.И. Асмаева исследовали содержание микроэлементов в различных продуктах помола отечественной пшеницы и показали, что наибольшее количество микроэлементов находится в алейроновом слое – 61, затем в эндосперме – 20; 7–8 в щитке и перикарпии, и 4% – в зародыше.

На основании этих данных можно сделать вывод, что содержание минеральных элементов в зерне пшеницы наиболее высоко в алейроновом слое и в оболочках, промежуточное место занимает зародыш, а наиболее беден этими веществами эндосперм. Именно поэтому мука высших сортов, получаемая из чистого эндосперма, представляет собой продукт с весьма низким содержанием минеральных элементов.

Таблица 2
Минеральная ценность пшеничной муки

Сорт муки	Минеральные элементы, мг/100 г					
	Ca	P	Mg	Fe	Na	K
Высший	18	66	16	1,2	3	122
Первый	24	115	44	2Д	4	176
Второй	32	184	73	3,9	6	251
Обойная	39	336	94	4,7	7	310

Содержание отдельных минеральных элементов в пшеничной муке различных сортов приведено в табл.2 [5].

Из таблицы видно, что содержание минеральных элементов возрастает с понижением сорта муки и увеличением ее выхода.

Что же касается печеного хлеба, то повышенное содержание минеральных элементов объясняется обогащением его за счет дополнительных ингредиентов, вносимых в тесто в процессе замеса.

В табл. 3. приведены данные о содержании минеральных элементов в пшеничном хлебе [5].

Таблица 3
Содержание минеральных элементов в пшеничном хлебе

Содержание золы, %; минеральных элементов, мг в 100 г продукта	Хлеб			
	пшеничный из обойной муки	пшеничный из муки 2 сорта	пшеничный из муки 1 сорта	пшеничный из муки высшего сорта
Зола	2,45	1,76	1,80	1,66
Кальций	33	28	23	20
Фосфор	218	135	84	65
Магний	62	54	33	14
Соотношение Ca: P: Mg	1:6,6:1,9	1:4,8:1,9	1:3,7:1,4	1:3,3:0,7
Натрий	587	374	506	499
Калий	203	185	129	93
Соотношение Na:K	1:0,35	1:0,49	1:0,26	1:0,19
Железо	4,20	3,60	1,86	1,12

Обращает на себя внимание невысокое содержание кальция в печеном хлебе из любой муки при значительном количестве фосфора и натрия.

Особое значение для понимания роли минеральных элементов печеного хлеба в питании человека имеет вопрос о соотношении кальция и фосфора.

Таким образом, при употреблении хлеба в организм человека поступают жизненно важные минеральные вещества и наибольшее значение среди них имеют кальций, фосфор и железо.

Обращает на себя внимание невысокое содержание кальция в печеном хлебе из любой муки при значительном количестве фосфора и натрия.

Особое значение для понимания роли минеральных элементов печеного хлеба в

питании человека имеет вопрос о соотношении кальция и фосфора.

Таким образом, при употреблении хлеба в организм человека поступают жизненно важные минеральные вещества и наибольшее значение среди них имеют кальций, фосфор и железо.

А.Т. Васюкова,
*зав. кафедрой технологии
 и организации предприятий питания
 Российского университета кооперации,
 академик Международной академии наук
 педагогического образования,
 д.т.н, профессор,*
В.Ф. Пучкова,
*кафедра товароведения,
 товарного консалтинга и аудита,
 Российского университета кооперации,
 к.т.н., доцент*

ЛИТЕРАТУРА:

1. Ауэрман Л.Я. Технология хлебопекарного производства. – М.: Легкая и пищевая промышленность, 1984. С. 415.
2. Казаков Е.Д., Кретович В.Л. Биохимия зерна и продуктов его переработки. – М.: Агропромиздат, 1989. С. 368.
3. Казаков Е.Д. Хлеб: место и роль в питании человека // Изв. ВУЗов СССР. Пищевая технология. – М., 1987. № 5. С. 10–19.
4. Кретович В.Л., Токарев Р.Р. Проблема пищевой полноценности хлеба. – М.: Наука, 1978. С. 288.
5. Химический состав пищевых продуктов. /Под ред. Скурихина И.М., Волгарева М.Н. – 2-е изд., – М.: ВО «Агропромиздат», 1987. С. 360.

ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ: ПЕРЕВОД МАГАЗИНОВ НА МЕТОД САМООБСЛУЖИВАНИЯ

Потребительская кооперация России – это более 8 млн. пайщиков, это – 3500 потребительских обществ, объединенных в 74 республиканских, краевых и областных потребительских союза, которые осуществляют свою деятельность в 100 тысячах сельских и городских населенных пунктах с населением свыше 38 млн. человек, где функционирует 60 тыс. кооперативных магазинов.

В Новгородской области потребительскую кооперацию представляет Новгородское областное потребительское общество «Облпотребсоюз», объединяющее 18 районных потребительских обществ и три крупных предприятия; численность пайщиков составляет 84 тыс. человек. В потребительской кооперации Новгорода работают 1600 предприятий торговли и общественного питания, 27 предприятий по производству хлебобулочных изделий, 5 мясоперерабатывающих предприятий, пивзавод и молокозавод. Около тысячи кооперативных предприятий осуществляют закупки 30 видов сельхозпродукции и сырья у населения.

Потребительская кооперация Новгорода занимает видное место в экономике области: производит в год 40% хлебной продукции, 25% мясопродуктов, 30% макаронных изделий и является сильным конкурентом на рынке товаров и услуг.

Розничную торговлю осуществляют 1300 торговых предприятий, 1000 из которых расположены в сельской местности. В райцентрах обслуживание населения ведут крупные и средние магазины. Имеется сеть специализированных магазинов, а также мелкая розница. Где нет стационарной сети, обслуживание ведется автомагазинами. Оптовые поставки товаров осуществляют оптовые базы: Новгородская, Боровичская, Старорусская, площадь которых составляет более 16 тыс. м². Доставку товаров – автотранспортные предприятия.

В настоящее время 225 кооперативных магазинов переведены на метод само-

обслуживания. За 9 месяцев 2005 г. общий объем темпов роста товарооборота составил 116%. В магазинах, торгующих методом самообслуживания – 121%, а в 13 универсамах продажа увеличилась на 122% (без кафеетериев). Охват покупательских фондов сельского населения составляет 40%.

В 2005 г. кооператорами Новгородской области было открыто и перепрофилировано 150 магазинов из них: 27 магазинов – «хозтовары», 20 магазинов – «стройматериалы», 17 магазинов – «мебель», 7 магазинов – «сад-огород», 5 магазинов – «детский мир», 3 магазина – «бытовая техника», 3 – «товары для дома», 5 – «книги» и др. Появились новые типы магазинов, такие, как «народный магазин», «магазин-рынок». За счет сетевого маркетинга во всех магазинах независимо от того, где они расположены, в рядовом селе или в областном центре – постоянно стабильный ассортимент товаров.

Самообслуживание занимает основное место среди современных методов продажи. С его помощью экономиться время покупателей, увеличивается скорость торгового обслуживания и т.д. Снижение затрат времени на приобретение товаров в магазинах самообслуживания объясняется тем, что у покупателя нет необходимости обращаться к помощи продавца, чтобы получить информацию о товаре. Он имеет свободный доступ к товару, может его рассмотреть, ознакомиться с интересующими сведениями, содержащимися на упаковке и ценнике товара.

Самообслуживание позволяет устранить еще один недостаток традиционной организации продажи: выбрав товары, покупатель рассчитывается за них в едином контрольно-кассовом узле. Ему не надо оплачивать каждую покупку в отдельности, возвращаясь за ней после получения чека.

Внедрение самообслуживания увеличивает объем продажи товаров за счет высокой пропускной способности магазина. Кроме того, при ознакомлении с выложен-

ными товарами совершается много незапланированных (импульсивных) покупок. Обычно товары повседневного спроса размещают в глубине торгового зала, и на пути к ним у покупателя может возникнуть желание приобрести дополнительно тот или иной товар.

При самообслуживании изменяются функции продавцов. Последние освобождаются от выполнения таких операций, как нарезка, взвешивание, отмеривание, упаковка товаров. Основной их задачей становится выкладка товаров и консультации покупателей. Это позволяет сократить общую численность продавцов, снизить издержки по зарплате.

Товары в торговом зале магазина самообслуживания расфасованы, упакованы и открыто выложены на торговом оборудовании, поэтому покупатели имеют возможность отбирать их в инвентарные корзины или тележки. Таким образом, за единицу времени совершается значительно больше покупок, чем при традиционном методе, когда продавец одновременно обслуживает только одного покупателя.

Направление движения потока покупателей осуществляется информационными указателями, а также соблюдением соответствующих принципов размещения оборудования и товаров.

В ряде случаев в магазинах самообслуживания продавцами в присутствии покупателей через прилавки обслуживания, расположенные в зале самообслуживания, организуется продажа товаров, требующих нарезки и взвешивания, но оплата за эти товары производится в едином контрольно-кассовом узле магазина.

Кассовые кабины располагаются так, чтобы контролеры-кассиры были обращены лицом в сторону торгового зала. Покупатели, проходя слева от контролера-кассира, ставят инвентарную корзину на платформу кассовой кабины. Кассир левой рукой перекладывает товары в другую корзину, а правой – регистрирует на кассовой машине стоимость покупки. Следует отметить, что конструкция некоторых современных кассовых кабин (боксов) позволяет контролеру-кассиру работать, находясь лицом к покупателю.

Покупатель, оплатив товары, отходит к упаковочным столам, размещенным ря-

дом со стеллажами для инвентарных корзин, и перекладывает покупки из инвентарной корзины в свою сумку.

Таким образом, в магазинах или отделах самообслуживания качество обслуживания покупателей во многом зависит от организации работы контрольно-кассового узла. Поэтому важно организовать ее так, чтобы сократить до минимума время, затрачиваемое покупателями на расчеты за приобретаемые товары. Этому во многом способствует применение в крупных магазинах (супермаркетах, универсамах и т.п.) технологии штрихового кодирования. Наличие штрих кода на всех товарах делает более простым их учет в магазине и позволяет вести расчетно-кассовые операции с использованием электронного торгового оборудования: кассовых терминалов, сканеров, терминалов сбора данных.

Кассовые терминалы занимают центральное место в составе автоматизированной системы управления крупным торговым предприятием. Это – собранные в одном корпусе компьютер, клавиатура, считыватель магнитных карт, принтер чековой и контрольной ленты, монитор, дисплей покупателя и кассовый ящик. Сканеры – специальные устройства для считывания штрих кодов с товаров. Они могут быть ручными или встраиваемыми в стол. Некоторые модели способны считывать информацию со всех четырех сторон товара (многоплоскостные сканеры). Сканирующие устройства используют в сочетании с другими видами электронного оборудования (весами, кассовыми терминалами и т.п.).

Портативные терминалы сбора данных совмещают в себе компьютер и считыватель штрих кодов. Их используют для дистанционного считывания штрих кодов при проведении инвентаризаций, учета поступления и перемещения товаров.

Для нанесения штрих кодов на товары, не имеющие его, или на товары, расфасованные непосредственно в магазине, применяют портативные или стационарные принтеры. Они могут работать совместно с электронными весами. С помощью таких принтеров можно печатать этикетки, содержащие помимо штрих кода основную информацию о товаре (наименование, массу, цену и т.д.).

Применение электронного оборудования и специального программного обеспечения для учета товаров и при расчетных операциях позволяет магазинам:

- постоянно иметь полную информацию об объеме и составе товарных запасов, хранящихся на складе магазина (количестве, местонахождении, сроке годности и т.д.), оптимизировать товарные запасы;

- организовать фасовку товаров с их одновременной маркировкой;

- осуществлять гибкую ценовую политику, оперативно менять розничные цены с учетом спроса на товары и сроков их реализации, печатать ценники и этикетки;

- уменьшить время расчетных операций за счет использования сканирующих устройств, позволяющих в несколько раз сократить время ввода данных об одном товаре в кассу (по сравнению с вводом с клавиатуры), снизив при этом количество ошибок и время на их исправление;

- использовать дифференцированные цены для различных категорий покупателей и вести расчет с ними с помощью дисконтных карт;

- вести стоимостной и количественный учет товаров, проданных через кассовые аппараты в торговом зале.

В потребительской кооперации возможны два направления перехода предприятий на самообслуживание: реконструкция действующих магазинов; перепрофилирование и реконструкция неторговых предприятий.

Основные мероприятия перевода магазина на самообслуживание состоят из следующих основных этапов:

1. Анализ места расположения магазина:

- площадь территории района;
- тип населенного пункта;
- текущая и прогнозируемая численность населения;

- плотность населения;
- доходы населения и структура расходов на продовольственные и непродовольственные товары;

- наличие конкурентов (число, площадь, ассортимент, уровень цен);

- интенсивность движения автотранспорта вблизи магазина.

2. Выбор типа магазина (универсам, ТПС и т.п.) с учетом ассортимента и торговой площади.

3. Анализ эффективности использования торговой площади (коэффициент установочной и экспозиционной площади) до и после перехода на самообслуживание:

- Планировка торгового зала с учетом его конфигурации площади:

- обмер торговых и неторговых помещений;

- перепланировка для увеличения торговой площади;

- зонирование площади торгового зала;

- схема технологической планировки.

4. Торговое оборудование, инвентарь (подбор).

5. Оформление экстерьера и интерьера магазина (вывески, витрины, указатели отделов и т.д.).

6. Автоматизация расчетных операций.

7. Формирование ассортимента:

- структура ассортимента по группам товаров с учетом структуры потребления их населением;

- глубина ассортимента в пределах каждой товарной группы, в том числе с учетом известных торговых марок и продукции местных предприятий.

8. Выбор поставщиков с учетом расширения ассортимента.

9. Организация доставки товаров:

- определение частоты завоза;

- количество товаров;

- степень готовности товаров к продаже (фасовка, упаковка, тара-оборудование);

- заказ и доставка товаров.

10. Мерчандайзинг:

- распределение товарных групп;

- выкладка товаров на оборудование;

- специальное торговое оборудование;

- заказ, изготовление POS-материалов;

- создание благоприятной атмосферы в торговом зале (микроклимат, качество обслуживания, фирменный стиль).

11. Организация собственного производства.

12. Дополнительные услуги (с учетом торговой площади магазина):

- выделение помещений;

- оснащение оборудованием, инвентарем и т.п.;

- обучение персонала.

13. Мероприятия по стимулированию продаж:

- формирование базы данных о покупателях;

- предоставление скидок отдельным видам покупателей (пайщикам, пенсионерам);

- дисконтные карты (в будущем);

- дегустация товаров и др.

14. Борьба с потерями в магазине:
 - противокражное оборудование;
 - снижение товарных потерь (ускорение реализации товаров с истекающими сроками годности и т.п.).

15. Организация работы торгового персонала:

- обучение (фасовка, маркировка, выкладка товаров, расчетные операции);
- материальная ответственность;
- контроль за работой.

При переводе на метод самообслуживания необходимо согласование с административными службами: санэпидемстанцией, пожарным надзором, архитектурным, торговым отделом и др. План мероприятий согласуется с председателем правления областного потребительского общества. К примеру, перевод на метод самообслуживания одного из магазинов Пролетарского торгового предприятия, которое возглавляет Егорова Л.В., производился в месячный срок. Это небольшой, но очень ответственный период для всего орготдела облпотребсоюза. Открытие магазина сопровождалось широкой рекламой, а также участием руководителей района.

С переходом магазинов на метод самообслуживания розничный товарооборот увеличивается в 2,5 раза в течение месяца, поэтому количество магазинов самообслуживания в Новгородском облпотребсоюзе планируется довести в 2006 году до 300.

Экономические расчеты показывают, что переоборудовать универсам площадью до 200 кв. м. с учетом установки нового оборудования и открытия кафетерия обходится 1500 тыс. руб. Планируемый товарооборот в месяц составляет около 1000 тыс. руб. Окупаемость такого магазина – 1,5 года, причем ассортимент составляет 2000 разновидностей товара.

Перевод магазинов на метод самообслуживания требует высокого уровня квал

лификации работников торговли, отлаженной системы товароснабжения, изучения спроса на товары, услуги, а также состояния торговли конкурентов. Поставка товаров в каждый магазин, переведенный на самообслуживание, осуществляется в следующем соотношении: 60% – поставка из оптовой базы; 30% – собственная продукция (Новгородского облпотребсоюза); 10% – самостоятельная закупка товаров, осуществляемая магазинами, схема 1.

Товароснабжение розничной торговой сети представляет собой сложный комплекс коммерческих и технологических операций по доведению товаров до предприятий розничной торговли. Благодаря рационально организованному товароснабжению на розничных торговых предприятиях обеспечивается полнота и устойчивость ассортимента товаров, необходимый уровень товарных запасов, удовлетворение спроса населения, а также высокие финансово-экономические показатели работы торговых организаций и предприятий.

При организации товароснабжения предприятий розничной торговли необходимо учитывать следующие основные требования:

– источники и приемлемые формы снабжения определяются с учетом ассортимента и объема выпускаемых предприятиями промышленности и другими изготовителями товаров и их территориальной удаленности от снабжаемых предприятий торговли;

– завоз товаров осуществляется в соответствии со спросом населения и установленным для магазина ассортиментным перечнем;

– количество завозимых товаров определяется типом предприятия, его мощностью, характеризуемой объемом товарооборота и размерами торговых площадей. Особое значение имеет оснащенность торговых предприятий соответствующим торгово-технологическим оборудованием (холодильным оборудованием, различными емкостями и т.п.);

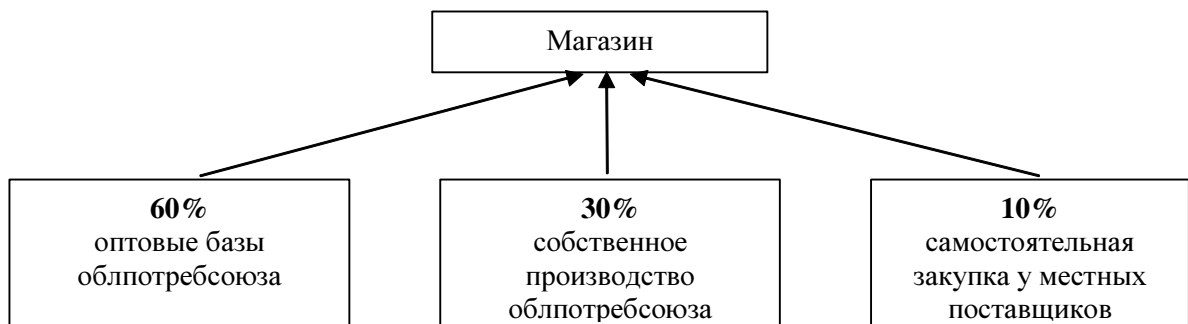


Схема 1. Система товароснабжения магазина самообслуживания

– величина единовременно доставляемой партии исчисляется с учетом имеющихся товарных запасов, объема среднесуточной реализации и установленной периодичности завоза. Четко разработанная система товароснабжения обеспечивает минимальные издержки по завозу и хранению товаров.

Совет и правление Новгородского облпотребсоюза при переводе магазинов на самообслуживание удачно сочетают практические знания и опыт своих специалистов с существующими теоретическими разработками Московского университета потребительской кооперации, а также зарубежных ученых. В числе лучших в Новгородском облпотребсоюзе – Волдайское торговое предприятие, директор Шматова В.А.; Боровичское торговое предприятие, председатель правления Смирнова А.Н.; Хвойное торговое предприятие, представитель правления Ильина Л.В. Пролетарское торговое предприятие, директор Егорова Л.В.

Основные требования и рекомендации по переводу магазинов на метод самообслуживания:

Основные требования:

1. Оптимально использовать торговые площади с доведением показателя установочной площади (площади, занятой оборудованием) до 27–30% и площади выкладки товаров – не менее чем до 70–75% по отношению к общей площади торгового зала.

2. Применять современное торговотехнологическое оборудование и строго соблюдать технологические схемы его расстановки в соответствии с планировками, у-

верженными вышестоящей кооперативной организацией.

3. Поддерживать в магазине стабильный ассортимент товаров в соответствии с установленным для данного магазина обязательным ассортиментным перечнем. Размещать в торговом зале товары по потребительским комплексам, осуществлять продажу сопутствующих товаров.

4. Изучать спрос населения на товары и обеспечивать его наиболее полное удовлетворение.

5. Иметь в магазине необходимые средства малой механизации для облегчения труда торговых работников в соответствии с установленными нормами.

6. Создание условий комфортности во время пребывания покупателей в магазине.

7. Предоставление покупателям необходимой информации и широкого круга услуг.

8. Обеспечение сохранности материальных ценностей.

9. Организация рациональных потоков и расчетных операций.

10. Обеспечение хорошего состояния подсобных помещений магазина, оборудование их стеллажами, подтоварниками, соблюдение образцового порядка при хранении товаров и их подготовке к продаже.

11. Оказание дополнительных услуг покупателям.

Примерное распределение площади торгового зала по товарным группам в магазинах по торговле товарами повседневного спроса показано в таблице 1.

Таблица 1

№ п/п	Наименование товарных групп	Торговая площадь 150 м ²	
		м ²	%
1.	Хлеб и хлебобулочные изделия	10	7
2.	Бакалейные товары	12	8
3.	Гастрономические продукты (мясо, рыба)	34	23
4.	Овощи, фрукты	12	8
5.	Ликеро-водочные изделия, табак	14	9
	Итого продовольственных товаров	82	55
1.	Швейные изделия и ткани	10	7
2.	Обувь	8	5
3.	Трикотажные изделия	10	7
4.	Галантерея и парфюмерия	8	5
5.	Хозяйственные товары и культтовары	16	11
	Итого непродовольственных товаров	52	35
	Услуги	16	10
	Всего:	150	100

Основные рекомендации:

- соблюдать принцип типизации и специализации торговой сети;
- правильно распределить ассортимент товаров между отдельными магазинами;
- привести ассортимент товаров в соответствии с ассортиментным перечнем;
- применять нормативные требования по развитию розничной торговой сети, обеспеченности торговой площадью на 1000 жителей;
- анализировать состояние торговой сети в целом, а также конкретного магазина;
- составлять организационно-технические мероприятия по использованию торговых площадей;

- правильное рекламное оформление магазина;
- обеспечивать высокий технический уровень и экономическую эффективность работы торговых площадей;
- правильно распределить площади торгового зала по товарным группам.

С.С. Сададьский,
председатель совета Новгородского
областного потребительского общества
«Облпотребсоюз», к.э.н.,
Д.И. Валигурский,
заведующий кафедрой коммерции
и технологии торговли
Российского университета кооперации,
д.э.н., профессор

ЧТО ТАКОЕ ПРАВОСЛАВНАЯ ПСИХОЛОГИЯ?

Первый методологический кризис психологии приходится на конец 19-го начало 20-го века, который знаменует собой момент отделения психологии от философии и соответственно утрату необходимой методологической базы: понятийного аппарата, специальных теорий и методов научного познания. Разработка специальных теорий, соответствующих принципов психологии, нового экспериментального метода определила пути развития психологии в 20 веке, на протяжении которого она смогла самоизолироваться, обособиться на два параллельно развивающихся направления «зарубежная» и «отечественная» психологии. Советская психология, выходя из кризиса, разработала все необходимые методологические атрибуты самостоятельной науки от общеметодологической (марксистско-ленинской философии) составляющей до специальных теорий и методов психологических исследований. Зарубежом большее внимание уделялось разработке специальных теорий и методов психологии, без решения общеметодологических задач.

В 90-х годах 20 века, после известных общественно-политических изменений мировая психология получила возможность для объединения, взаимодействия и совместного дальнейшего развития. Но если российская психология утратила, тоталитарно данную, общеметодологическую основу, то зарубежная никогда и не имела единого философского основания. Единства в зарубежной психологической науке не было не только на уровне общей методологии, но и на уровне специальных теорий, плюрализм и разнообразие которых привел ее, на современном этапе, к эклектической попытке объединения не соединимых, взаимоисключающих парадигм.

Российская психологическая наука в конце 90-х годов столкнулась с необходимостью пересмотра своих методологических положений, когда старая методология (марксистская) устарела, встала задача разработки новой.

Отсутствие единой общеметодологической основы, единства на уровне спе-

циальных теорий, недостатки современных методов психологии в конце 20-го начале 21-го века приводит психологию ко второму кризису ее самостоятельного существования.

Выход из кризиса заключается в разработке перспектив возможного единства и в первую очередь обще и специально-методологического, философского и специально-теоретического.

Отказ от общеметодологического материализма приводит к необходимости разработки креационистской концепции, философии сотворенного мира. Можно утверждать, что закономерности существования являются имманентным атрибутом физического, химического, биологического и социально-психологического аспектов объективного мира. Развитие этого, как сотворенного, определяет зависимость изменений от закономерности формы их существования. Следовательно, можно говорить не только о креационизме, но и о диалектике, которая бы изучала законы развития тварного мира.

На уровне специально-методологических теорий одним из перспективных направлений можно считать системные исследования психики, как системного, многопланового объекта проявляющегося множеством аспектов своего развития, существования и познания.

В процессе исторического развития, в психологии появляются новые направления. Каждая фундаментальная общепсихологическая школа отличается от других своей методологической основой. Так можно выделять: материалистическую и идеалистическую методологию, в свое время, советскую и буржуазную. Гуманистическую и бихевиоральную, субъектно-деятельностную и культурно-историческую и т.д. Необходимо ответить на вопрос о существовании православной психологии, основных задачах и функциях православного психолога.

Принимая во внимание единство исторического процесса развития науки, единство мировой психологии можно рассмат-

ривать православную психологию как условно выделяемое направление в психологии, в основе которой, на методологическом уровне, лежит православное мировоззрение, идеология православного учения, богословия православной Церкви. Философия креационизма, в основе которой положение о библейском шестидневном сотворении мира (шестоднев). Совокупность принципов, методов и методик, наработанных современной психологией в ходе истории своего развития, используемых психологией в процессе научного познания, опосредованного непротиворечивостью базовым методологическим и богословским положениям.

Молодость, недостаточная легитимность и каноничность современной православной психологии свидетельствует о необходимости разработки соответствующих атрибутов самостоятельного научно-психологического направления. Методологический фундамент, которого позволяет выделять ее в самостоятельное направление по данному основанию.

Православный психолог – это государством или церковью аттестованный психолог-специалист, крещенный в православной церкви человек, достаточной степени воцерковленности, с устойчивым православным мировоззрением, с достаточным уровнем богословской подготовки, стоящий на позициях православной психологии, использующий приемлемые методы психологического познания.

Основная функция православного психолога – это формирование православ-

ного мировоззрения в современной науке и обществе. Разработка необходимых для науки коррелятов между православным богословием, креационной философией и православной психологией.

Основная функция православного психолога практика заключается в поддержке и коррекции, с помощью психологических методов и методик, устойчивого православного мировоззрения, убеждений и установок, коррекции поведения и деятельности личности с учетом христианских заповедей нравственного закона, выполнении фундаментальных функций аттестованного психолога-специалиста, не входящих в противоречие с православным мировоззрением.

Подводя итог, становится возможным рассматривать возможность выделения православной психологии, как самостоятельного психологического направления в современной психологии, описывать основные функции православного психолога.

Основная задача представлена в разработке необходимых методологических атрибутов самостоятельного психологического направления, соотнесения православного богословия, креационной философии и психологических принципов в единую систему инструмента научного познания, разработке методов психологической поддержки личности.

Н.Г. Штыков,
докторант Московского городского
открытого педагогического университета
им. М.А. Шолохова

УДК 334.7
ББК 65.9(2)421.8

Фундаментальные и прикладные исследования
Научно-теоретический журнал, №1, 2006; - 68.

Компьютерная верстка Кирьянов С.Ю., Бугаева О.Ю.
Корректор Ромашкова И.И.

Подписано в печать 20.03.2006 г. Формат 60x90 1/8 Печать офсетная.
Бумага офсетная №1. Печ. л. 8,5 Тираж 999 экз. Зак. №

Издательство «Наука и кооперативное образование»
141014 Московская обл. г. Мытищи, ул. В. Волошиной, 12

БЛАНК ЗАКАЗА

Наименование организации или физическое лицо						
Контактное лицо						
Адрес:	Индекс					
	Область					
	Город (пос., село)					
	Улица					
	Дом		Корпус		№ кв.	
Телефон/Факс						
e-mail						
Реквизиты:						
Количество экземпляров						