

В условиях насыщения современного рынка инноваций предельные издержки их создания резко возрастает. Производство каждой следующей успешной на рынке инновации всё более трудно достигнуть с опорой исключительно на собственные силы, оставаясь изолированным от мирового сегмента идей и технологий. Необходим поиск неожиданных идей и комбинаций, как новейших, так и уже существующих инноваций.

Таким образом, в современной экономике новшество, чтобы его коммерциализация была максимально эффективной, больше не может быть просто новым товаром со стандартным набором стоимостных и функциональных характеристик (цена, качество, технология и т.д.) [3]. Поэтому производство обычных товаров и услуг вытесняется производством социально и культурно акцентированных продуктов, предполагающих возможность индивидуализированного исполнения под конкретного клиента и в технологическом отношении соответствующих планке стандартов, задаваемой текущим состоянием сферы идей и технологий.

Список литературы

1. Горин Е.А., Осеевский М.Э. Влияние мирового экономического кризиса на промышленное производство: формирование новой структуры // *Инновации*. – 2010. – № 135. – С. 22-29.
2. Камалов Р.К. Модель управления инновационной деятельностью предприятий в условиях кризиса // *Инновации и инвестиции*. – 2010. – № 1. – С. 101.
3. Ивасенко А.Г. Инновационный менеджмент: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, А.О. Сизова. – М.: КНОРУС, 2009.

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ДИСТРИБЬЮТОРСКОЙ СИСТЕМЫ

Жукова А.А., Никонова Я.И.

*Филиал НОУ ВПО «Московский институт
предпринимательства и права», Новосибирск,
e-mail: ya_shka@ngs.ru*

В условиях конкурентной борьбы за потребителя совершенствование деятельности подразделений, осуществляющих сбыт произведенной продукции, входит в число первоочередных задач предприятий. В условиях усиления конкуренции на рынке дистрибуторских услуг, в частности, на рынке обеспечения товарами конечного потребителя, возникает необходимость использования инновационных механизмов предоставления качественных услуг для участников данного рынка. Показатели качества в первую очередь связаны со скоростью доставки товаров, а также предлагаемым ассортиментом. Предоставление конкурентоспособных услуг на рынке дистрибуции в таком случае связано со степенью разветвленности территориальной и продуктовой структуры дистрибуторской компании, что, однако, создает дополнительные сложности в управлении.

Деятельность дистрибутора связана с перемещением товара от производителя до потребителя. Дистрибуторские компании – это компании, работающие в области маркетинга и логистики. Ключевыми компетенциями дистрибутора являются хранение, доставка, перемещение и продажа товара, то есть склад, транспорт и маркетинг.

Задачами дистрибуторских сетей предприятия являются: презентация и продвижение продукции; совершенствование методов работы дистрибуторов; обучение дистрибуторов профессиональным навыкам работы; обеспечение связи между различными дистрибуторами; организация взаимодействия с управленческими структурами предприятия; предо-

ставление информации о свойствах продукции и передовом опыте в профессиональной деятельности.

Среди тенденций развития дистрибуторского бизнеса в России следует выделить: вытеснение с дистрибуторского рынка небольших организаций; укрупнение бизнеса, переход конкуренции на рынке дистрибуторских услуг на новый уровень за счет увеличения доли иностранных розничных сетей в процессе распределения потребительских товаров, формирование сетевых организационных структур компаний-дистрибуторов, экспансию региональных рынков.

Список литературы

1. Шипов А.В. Аспекты обучения персонала дистрибуторских сетей // *Аудит и финансовый анализ*. – 2010. – № 4. – С. 418-421.
2. Никонова Я.И., Казаков В.В. Механизм финансового обеспечения инновационной деятельности экономических систем // *Вестник Томского государственного университета*. 2012. № 364. С. 127-133.
3. Ивасенко А.Г. Инновационный менеджмент: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, А.О. Сизова. – М.: КНОРУС, 2009.

ФОРМИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Кайгородцева О.С., Никонова Я.И.

*Филиал НОУ ВПО «Московский институт
предпринимательства и права», Новосибирск,
e-mail: ya_shka@ngs.ru*

Анализ научных взглядов на сущность финансовой политики показывает, что в последние годы проблемам финансового управления хозяйствующих субъектов посвящается большое количество публикаций. Однако единства взглядов на теоретическую основу используемых категорий не существует.

Несмотря на очевидную теоретическую и практическую значимость понятия «финансовая политика», проблематике ее формирования в условиях инновационного развития экономики уделяется недостаточно внимания не только на уровне отдельных хозяйствующих субъектов, но и на других уровнях системы финансовых отношений [1]. В финансовой науке до сих пор отсутствует однозначное определение данного понятия. Финансовая политика трактуется многими учеными с позиции отождествления ее с денежными доходами, формирующимися у субъектов хозяйствования для реализации своих целей, другими рассматривается с точки зрения источников формирования, что без однозначной смысловой характеристики используемого термина лишает его значения.

Считаем, что финансовая политика – наиболее важный составной элемент общей политики развития коммерческой организации, который представляет собой совокупность мероприятий по целенаправленному формированию и использованию финансов для достижения целей организации. Объектом финансовой политики выступает хозяйственная система и ее деятельность во взаимосвязи с финансовым состоянием и финансовыми результатами [2].

Ключевой целью разработки финансовой политики организации является создание рациональной системы управления финансовыми ресурсами, направленной на обеспечение стратегических и тактических задач ее деятельности. Указанные задачи индивидуальны для каждой организации (например, достижение оптимальной финансовой устойчивости и платежеспособности, рентабельности активов и собственного капитала, увеличение рыночной стоимости и др.). Но вместе с тем можно выделить общие элементы, присущие каждой страховой организации и на этой основе создать систему управления финансовыми ресурсами.

Список литературы

1. Никонова Я.И. Современные тенденции формирования стратегии инновационного развития экономических систем // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 367. С. 117-122.
2. Ивасенко А.Г. Финансы организаций (предприятий): учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова. – 2-е изд. стер. – М.: КНО-РУС, 2010.

**ПОДХОДЫ К СТОИМОСТНОЙ ОЦЕНКЕ
ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ КАК ОБЪЕКТА
БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА**

Кайгородцева Е.В., Гришанова А.В.

*Филиал НОУ ВПО «Московский институт
предпринимательства и права», Новосибирск,
e-mail: ya_shka@ngs.ru*

В современных условиях хозяйствования особую актуальность приобретают проблемы оценки активов организации как в бухгалтерском, так и налоговом учете. Вместе с тем, выбор тех или иных методологических приемов оценки имущества и амортизации непосредственным образом влияет на финансовый результат предприятия, от него зависят размеры налогооблагаемой, распределяемой и капитализируемой (реинвестированной) прибыли [1]. Международные стандарты финансовой отчетности трактуют оценку «как процесс определения денежных сумм, по которым элементы финансовой отчетности должны признаваться и вноситься в баланс и в отчет о финансовых результатах» [2].

Понимание оценки как процесса формирования стоимости объектов бухгалтерского учета в полной мере отражает действительное содержание этого элемента метода учета. Бухгалтерский смысл оценки заключается в определении денежной стоимости объектов учета в определенный момент времени. При определении бухгалтерского смысла оценки активов следует учитывать сочетание составляющих его элементов – объекта, свойства объекта, меры измерения. Многообразие целей оценки определяет важнейшую особенность процесса оценки – в каждой конкретной ситуации является стоимость определенного вида, так как каждая такая ситуация накладывает некоторое ограничения правового характера и цели оценки могут быть между собой совершенно не связаны [1].

Важнейшей чертой оценки является то, что она должна быть проведена по состоянию на определенную дату, что связано с изменчивостью силы влияния ценообразующих факторов [3]. Проблемы оценки имущественного комплекса предприятия обычно выходят за рамки системы финансового учета по той причине, что официальный учет требует однозначного решения в пользу конкретной оценки. Все другие оценки, например, актуарная, залоговая, инвестиционная и другие, в учетных записях официально не отражаются и поэтому не влияют на официальные балансовые отчеты. И это вполне разумно и объяснимо, так как связано с задачами налогообложения предприятия. Поэтому иные оценки требуют дополнительного учетно-аналитического обеспечения и преобразования официальных бухгалтерских отчетов для проведения соответствующих расчетов.

Список литературы

1. Методологические аспекты оценки объектов интеллектуальной собственности в соответствии с МСФО и РСБУ / Г.С. Клычова, Т.Б. Цыганова // Вестник Казанского ГАУ. – 2010. – № 3(17). – С. 32-36.
2. Бахрушина М.А. Международные стандарты учета и отчетности: учебное пособие. – М.: Омега-Л, 2007. – 315 с.
3. Казаков В.В., Гришанова А.В. Моделирование конкурентных цен на банковские услуги // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 377. С. 106 – 111.

**КОНТРОЛЛИНГ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ
ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ**

Костина О.П., Ивасенко А.Г.

*Филиал НОУ ВПО «Московский институт
предпринимательства и права», Новосибирск,
e-mail: ya_shka@ngs.ru*

Главной целью современного этапа экономических преобразований, проводимых в торговле, является создание благоприятных условий для эффективной деятельности торговых предприятий. Достижение этой цели, с одной стороны, предполагает совершенствование законодательной, финансовой, налоговой среды, а с другой – требует кардинального улучшения работы самих торговых организаций в условиях рыночных отношений. В частности, одними из требований, предъявляемыми на сегодняшний день к торговой деятельности, являются систематичность и управляемость, основывающиеся на целенаправленной инновационной политике. Инновационная политика, как один из аспектов деятельности торгового менеджмента, базируется на его целях и задачах. Следовательно, перед менеджером торговой организации стоит задача осуществления инновационных решений на системной основе, т.к. именно инновационные решения повышают эффективность торговой деятельности.

В свою очередь внедрение контроллинга, как одного из элементов управления, является примером инновационного решения и необходимо для более полной реализации задач и функций торгового менеджмента. Процесс введения контроллинга в структуру управления организацией, являясь инновационным, должен основываться на теоретической базе. Это необходимо для минимизации ущерба от необоснованных управленческих решений, возможных временных потерь и прочих негативных организационных моментов.

Развитие менеджмента в 24 XX в. можно описать формулой: от Файоля к контроллингу. Хотя истоки контроллинга прослеживаются с XV – XVIII вв., он стал популярен за рубежом (в США, Германии и др. странах) в последние десятилетия. В России интерес к контроллингу стал проявляться в начале 1990-х годов.

Контроллинг в торговле – это целостная система, обеспечивающая поддержку принимаемых управленческих решений, и способствующая повышению результативности финансово-хозяйственной деятельности торговой организации. Для достижений целей своей деятельности контроллинг выполняет анализ и оценку эффективности функционирования торгово-технологического процесса в целях своевременной корректировки на пути к достижению целей и приспособления к условиям внешней среды.

Список литературы

1. Теория менеджмента: организационное поведение: 100 экзаменационных ответов / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, В.В. Цевелев // Международный журнал экспериментального образования. 2013. Т. 2013. № 5. С. 153-154.
2. Ивасенко А.Г. Разработка управленческих решений: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, Е.Н. Плотнокова. – 3-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2011. – 168 с.

**К ВОПРОСУ ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СУЩНОСТИ
ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ**

Михалькова Е.В., Барсукова М.А.

*Филиал НОУ ВПО «Московский институт
предпринимательства и права», Новосибирск,
e-mail: ya_shka@ngs.ru*

В настоящее время в литературе можно встретить множество определений финансовых результатов. В одном источнике дается формулировка, что фи-