

полученных в сумме от оказанных услуг, а также период окупаемости средств, потраченных на создание этих субъектов.

Доходы БИ как коммерческих организаций складываются из следующих источников: арендная плата, получаемая от резидентов; продажа услуг разного рода; участие в прибылях инкубируемых организаций. В затраты на создание и организацию деятельности БИ

включаются: аренда помещения; расходы на оплату труда штатных сотрудников; коммунальные расходы; расходы на организацию рабочих мест; прочие расходы.

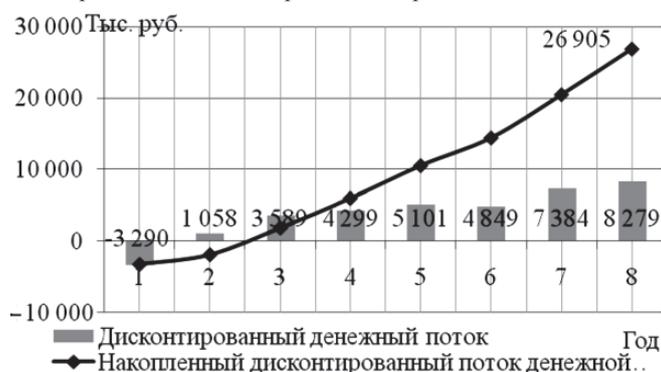
Проведенный расчет предлагаемых показателей оценки экономической эффективности бизнес-инкубатора (оптимистичный вариант, не учитывающий снижение доходности в результате действия каких либо неблагоприятных факторов) приведен в таблице [8].

Оценка экономической эффективности бизнес-инкубатора, тыс. руб.

Показатель	Год							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Совокупный доход	11 469	14 441	19 260	21 936	25 030	28 613	32 770	37 602
Совокупные расходы	15 582	12 986	13 832	14 784	15 694	18 851	16 418	17 436
Прибыль до налогообложения	-4 113	1 455	5 428	7 152	9 336	9 762	16 352	20 166
Чистая прибыль	-3 290	1 164	4 342	5 721	7 468	7 810	13 081	16 133
Накопленный поток денежной наличности	-3 290	-2 126	2 216	7 938	15 406	23 216	36 297	52 430
Накопленный дисконтированный поток денежной наличности	-3 290	-1 933	1 832	5 964	10 523	14 415	20 489	26 905

Расчеты показали, что средства, израсходованные на создание и поддержание деятельности бизнес-инкубатора, могут быть покрыты доходами через

2,95 года. Чистый доход от создания и деятельности составит 27 млн руб. На рисунке приведен график дисконтированных денежных потоков бизнес-инкубатора.



Дисконтированные денежные потоки при создании и деятельности бизнес-инкубатора – оптимистичный вариант, тыс. руб.

Предложенные критерии достаточны для оценки эффективности создания и функционирования бизнес-инкубатора. Экономическая оценка показывает, что создание бизнес-инкубатора может быть эффективным, однако период окупаемости вложенных средств достаточно длительный. Тем не менее, следует учитывать общественную ценность организаций ИИ, поэтому развитие инновационной инфраструктуры представляется необходимым.

Список литературы

1. Центр коллективного пользования. Описание элемента инфраструктуры инновационной деятельности. – М.: НИИЦ МИИРИС, 2006.
2. Основные направления политики РФ в области развития инновационной системы на период до 2010 года (утверждены Правительством РФ 5 августа 2005 г. N 2473п-П7).
3. Национальный центр по мониторингу инновационной инфраструктуры научно-технической деятельности и региональный инновационных систем. – Режим доступа: http://www.miiiris.ru/infrastruct/view_organizations.php?cbt523=23&action=send.
4. Постановление Правительства РФ от 22 апреля 2005 г. №249 «Об условиях и порядке предоставления в 2005 году средств федерального бюджета, предусмотренных на государственную поддержку малого предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства» 3.
5. Оценка и управление социальными рисками, связанными с неоднородностью развития образовательных систем субъектов РФ // Университетское управление, № 3 (22).
6. Оценка // Глоссарий.ру. – Режим доступа: http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_find.cgi?ph=%EE%F6%E5%ED%EA%E0&action=%CF%EE%E8%F1%EA.
7. Современный экономический словарь. – Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru/эффективность/Экономический словарь/Эффективность>.
8. Организации инновационной инфраструктуры: монография / О.Ю. Ефимова, Д.В. Котов. – М.: Изд-во «Палеотип», 2010. – 240 с.

МАРКЕТИНГ И КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ НОВОВВЕДЕНИЙ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Забара А.А.

Бердский филиал Новосибирского государственного технического университета, Бердск, e-mail: Ya_shka@ngs.ru

Модернизация любой экономики, тем более ставшей целью ее развитие как особой инновационной формы организации хозяйства, при которой инновационные силы становятся доминирующими, возможно только при достижении определенного уровня развития национальной экономической системы в целом. В современных условиях усиления внешней и внутренней конкуренции только институционализация процесса коммерциализации инноваций способна решить проблемы модернизации экономики нашей страны.

Система представлений о коммерциализации в отечественной научной литературе претерпела за последние десятилетия деструктивные трансформации, связанные, во-первых, с выхолащиванием на категориальном уровне изначально заложенного в понятии коммерциализации системообразующего смысла, представляющего ее как экономическое явление, объясняющее динамику развития рынка, закономерности и формы проникновения рыночных отношений в те сферы жизнедеятельности общества, где до коммерциализации инноваций не было рыночных отношений. Эта взаимообусловленность развития коммерциализации и рынка, доказываемая анализом ее диалектических противоречий, определяет внутреннюю логику коммерциализации, согласно которой она является основным способом разрешения противоречий рынка. Во-вторых, произошла подмена понятий, ког-

да представления о коммерциализации как о рыночном процессе, обуславливающим формирование новых рынков и освоение бизнесом новых зон прибыли, заменились представлениями о ней как о завершающем этапе процесса разработки нововведения. Как следствие, доминирующим, в том числе и в маркетинговой литературе, стал технический подход к коммерциализации, для которого приоритетными являются в большей степени научно-технические, а не рыночные (экономические) цели.

О бесперспективности дальнейшего доминирования технического подхода свидетельствуют тенденции развития современного рынка инноваций и потенциал их коммерциализации, в процессе которой рынку предлагаются новые ценности не только со стороны предложения, но, главным образом, со стороны спроса на инновации. Коммерциализация, являясь рыночным процессом, зависит от конъюнктуры рынка, требуя как формирования эффективных соглашений с рыночными институтами, так и неоднократной корректировки проектировочных элементов. Эти задачи могут быть достигнуты путем развития самостоятельного вида маркетинговой деятельности — маркетинга коммерциализации рыночных инноваций.

ЛИЗИНГ: ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Зейдлиц К.О.

Бердский филиал Новосибирского государственного технического университета, Бердск, e-mail: Ya_shka@ngs.ru

Лизинг во многих странах мира получил широкое распространение еще в 70-х годах двадцатого столетия и с тех пор считается наиболее целесообразным способом организации предпринимательской деятельности. В настоящее время в России многие предприятия не способны осуществлять крупные вложения финансовых средств в техническое обновление и интенсификацию производства, поэтому на наш взгляд необходимо значительно расширить сферу применения лизинга, как одного из видов предпринимательской деятельности.

Трудность в оценке происхождения лизинга как финансового инструмента заключается в том, что в литературе существуют на этот счет самые различные мнения. Можно выделить два основных подхода:

— историко-диалектический, в рамках которого на основе отождествления финансовой аренды и традиционной, считается, что «прооперации» лизинга возникли в глубокой древности и современная идея лизинга была заимствована;

— доказывающий отсутствие историзма в лизинговой индустрии: утверждается, что лизинг — явление молодое, появление которого связано с акцией компании «Bell».

В большинстве работ, посвященных истории возникновения лизинга, указывается, что еще Аристотель коснулся идеи лизинга, выразив его философский смысл. Мы считаем, что Аристотель писал о праве пользования, что предполагает, в первую очередь, право использования предмета собственником. Ссылка на Аристотеля допустима только в качестве определения основной идеи лизинга. Оценка всех фактов, полученных в рамках исторического метода и его проецирования на существующую действительность, позволяет утверждать, что идея лизинга заимствована из истории, но его механизм сформирован в XX в.

Анализ мировых тенденций развития лизинга позволяет выделить две группы факторов, стимулирующих его распространение: объективные связаны с закономерностями и особенностями развития научно-технического прогресса; субъективные предопределены социально-экономической политикой государства и преодолением психологических барьеров. Наи-

более важные особенности, имманентно присущие лизинговому бизнесу за рубежом: увеличение доли кратко- и среднесрочных соглашений и доли объектов лизинга промышленного назначения, используемых в отраслях высоких технологий; размежевание между лизингодателями по номенклатуре объектов лизинга. Можно ожидать, что отдельные этапы развития лизинга в РФ будут проходить быстрее или совмещаться, предпосылками к чему является позитивный зарубежный опыт, наличие инфраструктуры, объективная потребность предприятий в новых финансово-инвестиционных механизмах и т.п.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АНАЛИТИЧЕСКОГО УЧЕТА ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ «ВОЛГО-ДОН»

Землянская Е.П.

ГОУ ВПО «Волгоградский государственный университет», Волгоград, e-mail: Kotia-cat@yandex.ru

В Волгоградской области лидирующие позиции в отраслевой системе занимает сельское хозяйство. Целью нашего научного исследования является повышение степени детализации аналитического учета дебиторской задолженности ООО «Торговый Дом «Волго-Дон». Основным видом деятельности организации является продажа растениеводческой продукции на внутреннем и внешнем рынках. В современных условиях при наличии таких проблем, как неисполнение договорных обязательств, несвоевременное погашение дебиторской задолженности, осуществление неэффективной политики коммерческого кредитования возникают значительные финансовые потери на предприятии. Решением данной проблемы мы видим в совершенствовании синтетического и аналитического учета дебиторской задолженности, чтобы обеспечить прозрачность и простоту формирования необходимых показателей в финансовой отчетности, а также управление этими активами и обязательствами.

ООО «Торговый Дом «Волго-Дон» ведет бухгалтерский учет с применением компьютерной программы «1С:Бухгалтерия 8.0» все операции производимые организацией при расчетах с покупателями (дебиторами) на основании документов, таких как: платежные поручения; счета-фактуры; транспортные накладные; книга продаж (покупок) и выписки из банка по расчетному счету; и автоматически отражаются в бухгалтерских регистрах по счету 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками». Основными регистрами бухгалтерского учета по счету 62 являются: оборотная ведомость, в которой фиксируются остатки и обороты по счету; аналитические карточки в которых отражается полная информация по каждому покупателю по каждой произведенной операции; Главная книга, которая заполняется на основании данных оборотной ведомости. При этом формируемая в программе информация позволяет получать данные о состоянии расчетов по каждому покупателю.

Аналитический учет по счету в ООО «Торговый Дом «Волго-Дон» ведется по каждому предъявленному покупателям счету.

Построение аналитического учета на счете 62 в ООО «Торговый Дом «Волго-Дон» позволяет получать информацию в разрезе следующих субсчетов: 62.1 «Текущие расчеты» и 62.2 «Авансов полученных».

На субсчете 62.1 учитываются расчеты организации с покупателями по текущим договорам. На субсчете 62.2 ведется учет авансов полученных ООО «Торговый Дом «Волго-Дон» от покупателей под поставку растениеводческой продукции.

Существенным недостатком аналитического учета дебиторской задолженности в ООО «Торговый Дом «Волго-Дон» является отсутствие информации по срокам её возникновения в разрезе каждого поку-