

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-