

**СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА  
МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ  
В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ  
ЭКОНОМИКИ РОССИИ**

Матвейчук П.А.

*Бердский филиал Новосибирского государственного  
технического университета, Бердск, e-mail: Ya\_shka@ngs.ru*

Уровень промышленного развития любой страны зависит от состояния машиностроения, так как эта отрасль поставляет средства производства для других отраслей народного хозяйства, характеризуется наличием современных специфических и сложных технологий, дорогостоящего оборудования, реализующего эти технологии, высококвалифицированных кадров и т.д. В современных условиях сбытовая деятельность превращается в основное направление функционирования машиностроительного предприятия. Поэтому актуальность темы исследования определилась следующими обстоятельствами: во-первых, особой значимостью для предприятий развития рынка машиностроительной продукции; во-вторых, необходимостью разработки концепции управления реализационной политикой и механизмом практического применения в данной сфере бизнеса.

Цель исследования состоит в изучении и развитии теоретических и практических подходов к оценке и совершенствованию процессов управления сбытовой деятельностью машиностроительных предприятий. В качестве объекта исследования было выбрано предприятие машиностроения ООО «ИнтерВес», специализирующееся на производстве и продаже весового и маркировочного оборудования. Предметом исследования являются процессы управления сбытовой политикой предприятия. В процессе исследования применялись методы системного подхода, экономического анализа, экспертные оценки, экономико-математические и статистические методы.

В исследовании рассмотрены особенности сбытовой деятельности предприятий машиностроения; охарактеризованы и систематизированы экономические методы, применяемые в процессе управления предприятием; предложена концепция эффективного функционирования предприятий машиностроения. В работе проведен анализ состояния сбыта предприятия ООО «ИнтерВес», благодаря которому выявлены достоинства и недостатки в сбытовой деятельности фирмы, на основе которых разработаны мероприятия по совершенствованию сбытовой деятельности фирмы, а именно: представлены мероприятия по улучшению планирования сбытовой деятельности, даны рекомендации по улучшению продвижения товаров и мотивации торгового персонала. Предлагаемые мероприятия позволяют с высоким уровнем эффективности привести организационную структуру службы сбыта в соответствие с требованиями рынка; внедрить продуктивные технологии работы с клиентами; устранить дефицит маркетинговой информации, необходимой для принятия эффективных управленческих решений в сфере сбыта.

**ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ: ПОДХОДЫ  
К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ**

Медведева М.А.

*Бердский филиал Новосибирского государственного  
технического университета, Бердск, e-mail: Ya\_shka@ngs.ru*

На современном этапе развития теории финансового менеджмента к трактовке термина «финансовое планирование» существуют следующие подходы. Во-первых, оно определяется как «процесс оценки и выбора проекта капитальных вложений, а также его формализация в виде бюджета или финансового плана». На наш взгляд, в эту трактовку финансо-

вого планирования укладываются определения, предложенные Т.В. Тепловой и И. Закарян. Также существует подход, при котором финансовое планирование определяется как «расчет объема финансовых ресурсов по источникам формирования и направлениям целевого использования в соответствии с производственными и маркетинговыми показателями предприятия на планируемый период». Здесь можно отметить определения, предложенные Н.Н. Куницыной, О.Е. Николаевой, Т.В. Шишковой и В.Г. Золотоговым. Ряд авторов, например, Г.П. Кузина, Е.И. Шохин и другие, рассматривают финансовое планирование как функцию финансового менеджмента предприятия, которую «... можно определить, как умение предвидеть цели предприятия, результаты его деятельности и то, какие ресурсы необходимы для достижения определенных целей» (Е.И. Шохин, 2004, с. 176). Это третий из рассматриваемых нами подходов к трактовке данного термина. Некоторые авторы, например, К.В. Щиборщ, придерживаются точки зрения, что финансовое планирование тождественно понятию «бюджетирование». Наконец, ряд авторов – С.Н. Золотарев, А.А. Верколаб и другие – рассматривают финансовое планирование как некий вид управленческой деятельности.

На наш взгляд, все рассмотренные нами в определении, имеют один существенный недостаток – они рассматривают финансовое планирование только с какой-либо одной стороны. Мы попытались решить эту проблему, предлагая определение, объединяющее в себе некоторые из рассмотренных подходов: «финансовое планирование – это технология управления бизнесом (всеми активами и пассивами компании, а также процессами создания, распределения, перераспределения и использования финансовых ресурсов компании) на всех уровнях компании, основанная на прогнозировании среды и выработке способов адаптации к ее изменениям, включающая в себя процессы формирования и реализации плана, контроля, анализа и принятия решений, обеспечивающая достижение оперативных и (или) стратегических целей компании с помощью финансовых планов (бюджетов)» (Д.Б. Кислов, Б.Е. Башилов, 2006). Данное определение объединяет в себе, по меньшей мере, четыре из рассмотренных подходов, а следовательно, именно оно может считаться тем единым, объединяющим всю суть рассматриваемого понятия, определением.

**НРАВСТВЕННЫЕ НОРМЫ И БИЗНЕС:  
ПУТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

Мизина В., Куприна Т.В.

*Уральский федеральный университет, Екатеринбург,  
e-mail: leramizina@mail.ru*

В современном обществе многие специалисты понимают важность стабильных отношений с партнерами, что может способствовать позитивному имиджу как отдельной компании, так и всего общества. К сожалению, во многих сферах бизнеса нет четкого этического кода. Однако потребители услуг всегда ожидают высокой степени компетентности, надежности, объективности. Сотрудники фирм, предоставляющие услуги, должны быть не только высоко квалифицированными, но и профессионально честными.

В настоящее время российская экономическая система значительно изменилась. В то же время, возрастает и конкуренция. В создавшихся условиях многие специалисты понимают важность стабильных отношений с партнерами. Следовательно, создание позитивного имиджа компании является необходимостью. Но часто, создавая рекламу компании, не учитываются именно нравственные нормы.

Нравственный выбор для личности невозможен без ответа на вопросы о сущности человека и соци-

альных институтов, о смысле жизни. Мироззренческие и нравственные принципы взаимосвязаны с поведением человека в обществе.

Сегодня социологи, экономисты, психологи и обычные люди все чаще говорят о возможности соотношения таких понятий, как «нравственность» и «бизнес», других аспектов кодекса чести современных бизнесменов.

Нравственность заключается в добровольном самодостойном согласовании чувств, стремлений и действий членов общества с чувствами стремления и действиями сограждан, их интересом и достоинством, с интересом и достоинством всего общества в целом. Добровольность и самостоятельность согласования отличают всякое явление нравственности. Нравственное чувство является, по Канту, «некоторой ощущаемой зависимостью частной воли от общей» [1].

Бизнес (англ., business – дело, предпринимательство) – инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие своего дела [2].

В нашем обществе на протяжении десятилетий воспитывалось негативное отношение к предпринимателям. Но сегодня все чаще предприниматели, говорят о порядочности, чести и достоинстве.

Например, сотрудник института психологии РАН, кандидат психологических наук Алла Купрейченко говорит, что торгово-промышленная палата и другие объединения бизнесменов пытаются сформировать некие моральные рамки. Солидные компании создают свои кодексы, следовать которым обязательно [4].

На прошедшем V конгрессе национального бизнеса «Пора предпринимать» (Москва, 2-3 июля 2008 г.) тема круглого стола: «Экономика без коррупции – утопия или реальность?» вызвала бурные споры. Мнения, выступавших на заседании «Столыпинского клуба» и пытающихся выяснить нравственное ли дело бизнес, были самым противоположными.

На эти актуальные вопросы отвечал участник конгресса Игумен Филипп (Симонов) директор Департамента стратегического контроля ресурсного обеспечения Социально –экономического развития Счетной палаты Российской Федерации, доктор экономических наук, профессор, заслуженный экономист РФ, действительный государственный советник РФ. Он, в частности, сказал:

«Российское общество пребывает в нравственном кризисе, из которого необходимо искать выход... Если государственный чиновник или бизнесмен относится к своей работе как к служению Богу, то он не стремится к обогащению любой ценой, не обманывает и не грабит людей, наоборот, старается быть максимально полезным для своих подчиненных, партнеров, клиентов, всего общества.

Таким образом, нравственность в бизнесе – является темой, весьма актуальной. Выход из нравственного кризиса всего общества в целом, как и выход из нравственного кризиса российского бизнеса, возможно найти опираясь на национальные нравственные ценности.

Как сказал однажды Н. Бердяев, нравственный закон, который человек должен свободно открыть в себе, автоматически дает свои предписания, одинаковые для всех случаев жизни.

#### Список литературы

1. Философский энциклопедический словарь // Советская энциклопедия. – 1983.
2. Борисов А.Б. Большой экономический словарь.
3. Korobechnikova A.V., Kuprina T.V. Accounting Ethics as a Necessary Part of Corporate Culture // Экономика и лингвистика: пути взаимодействия: сборник материалов Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов. – Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2010. – С. 22-26.
4. Российская газета – Федеральный выпуск №3609 от 21 октября 2004 г.

#### ПРОБЛЕМА НИЗКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЛОЖЕНИЙ В ЭКОНОМИКУ РОССИИ В 2010 ГОДУ

Миронова Т.А.

Филиал АНО ВПО «Кубанский институт международного предпринимательства и менеджмент», Кропоткин,  
e-mail: lenkor@bk.ru

В ушедшем году уберечь от инфляции и приумножить личные сбережения смогли три инструмента сбережений: вложения в паевые фонды, золото и московская недвижимость. Консервативные инструменты сбережений (большинство банковских вкладов и наличная иностранная валюта) в 2010 году показали разочарывающие результаты: их реальная рублевая доходность оказалась отрицательной. Такие данные приводит Центр макроэкономических исследований и стратегических разработок (ЦМЭИ) компании BDO в России<sup>1</sup>.

В целом «хит-парад» инструментов сбережений по реальной рублевой доходности за 2010 год выглядит так:

- 1) открытые ПИФы акций (средневзвешенная доходность по 169 фондам составила 22,79% с поправкой на инфляцию);
- 2) обезличенные металлические счета в золоте (+19,66% за год);
- 3) открытые ПИФы смешанных инвестиций (средневзвешенная реальная рублевая доходность оказалась на уровне 9,7%)
- 4) облигации (средневзвешенная реальная рублевая доходность составила 4,69%);
- 5) жилая недвижимость в Москве (+4,2%);
- 6) вклады в рублях (-0,61%);
- 7) вклады в валюте (на 3,97% обесценились депозиты в долларах США и на 11,96% обесценились депозиты в евро);
- 8) наличная иностранная валюта (обесценивание долларов США на 7,39%; евро – на 14,57%).

Фондовый рынок в прошлом году по-прежнему радовал инвесторов. Несмотря на спад в апреле – мае, последующий рост рынка оказался весьма значительным: индекс РТС вырос на 22,5%<sup>2</sup>.

Во многом оптимизм инвесторов был обеспечен решениями денежных властей США и Европы продолжать политику количественных смягчений и программ поддержки, что позволило увеличить доходность инструментов фондового рынка, комментирует директор ЦМЭИ компании BDO в России Елена Матросова<sup>3</sup>.

Цены на золото уже который год подряд, несмотря на все разговоры о переоцененности, продолжает бурный рост, который в 2010 году только ускорился. Динамика этого актива объясняется просто: инвесторы продолжают нервничать, а, судя по росту доходности вложений в желтый металл, их нервозность только усиливается (золото принесло в 2010 году 19,66% реальной рублевой доходности)<sup>4</sup>.

Такой рост актива-убежища в сочетании с оптимизмом на фондовом рынке объясняется наличием неразрешенных проблем в государственных финансовых системах крупнейших экономик, – считает аналитик. – Так, нервозность инвесторов продолжает нарастать в связи с постоянными сложностями в секторе государственных финансов США и в результате распространяющейся «инфекции» риска дефолтов в Европе.

Московская недвижимость в ушедшем году показала очень осторожный рост – средняя цена квадратного метра, выросла на 13,4%<sup>5</sup>. Этот результат является некоторым отскоком после паники 2009 года, когда стоимость московского жилья снизилась на 21,8%.

<sup>1</sup> www.sbrf.ru/moscow/ru/analytics.

<sup>2</sup> www.economy.gov.ru

<sup>3</sup> www.aret.ru

<sup>4</sup> Селиванов А.В. О проблемах доходности финансовых инструментов в 2010 г. // Вопросы экономики. – 2010. – № 12. – С. 116.

<sup>5</sup> www.itn.ru