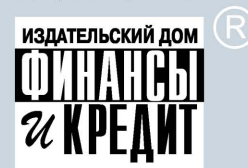


НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ И
ИНФОРМАЦИОННО-
АНАЛИТИЧЕСКИЙ СБОРНИК

ISSN 2073-4484



ФИНАНСОВАЯ[®] АНАЛИТИКА

ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

- Бенчмаркинг в системе стратегического менеджмента предприятия
- Перспективы развития ипотечного кредитования в России
- Дистанционные банковские услуги коммерческих банков
- Налогообложение субъектов аграрного бизнеса
- Модель структуры интеллектуального капитала



24 (258) июнь 2015

<http://www.fin-izdat.ru> e-mail: post@fin-izdat.ru

ФИНАНСОВАЯ АНАЛИТИКА

ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Научно-практический
и информационно-аналитический сборник

Основан в 2007 году
Журнал выходит 4 раза в месяц
Статьи рецензируются

Журнал рекомендован ВАК Минобрнауки России для публикации научных работ, отражающих основное научное содержание кандидатских и докторских диссертаций
Журнал реферирован в ВИНТИ РАН
Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)
Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия. Свидетельство ПИ № ФС 77-29584 от 21 сентября 2007 г.

Учредитель:

ООО «Информационный центр «Финансы и кредит»
Юр. адрес: 123182, г. Москва, ул. Авиационная, 79-480
Факт. адрес: 111397, г. Москва, Зелёный проспект, д. 20
Почтовый адрес: 111401, г. Москва, а/я 10

Издатель:

ООО «Финанспресс»
Юр. адрес: 105005, г. Москва, Посланников пер., д. 3, стр. 1
Факт. адрес: 111397, г. Москва, Зелёный проспект, д. 20

Редакция журнала:

Факт. адрес: 111397, г. Москва, Зелёный проспект, д. 20
Почтовый адрес: 111401, г. Москва, а/я 10
Тел.: +7 (495) 989-9610
E-mail: post@fin-izdat.ru
Website: http://fin-izdat.ru

Генеральный директор: **В.А. Горохова**
Управляющий директор: **А.К. Смирнов**

Главный редактор: **Ю.А. Кузнецов**, доктор физико-математических наук, профессор, Нижний Новгород, Российская Федерация

Зам. главного редактора:

С.Н. Голда, Москва, Российская Федерация
В.И. Попов, Москва, Российская Федерация

Редакционный совет:

М.В. Грачева, доктор экономических наук, профессор, Москва, Российская Федерация
А.В. Гугова, доктор экономических наук, профессор, Волгоград, Российская Федерация
Д.А. Ендовицкий, доктор экономических наук, профессор, Воронеж, Российская Федерация
В.М. Заернюк, доктор экономических наук, доцент, Черкизово, Российская Федерация
В.С. Левин, доктор экономических наук, профессор, Оренбург, Российская Федерация
А.С. Макаров, доктор экономических наук, доцент, Нижний Новгород, Российская Федерация
Я.С. Матковская, доктор экономических наук, доцент, Волгоград, Российская Федерация
Э.В. Пешина, доктор экономических наук, профессор, Екатеринбург, Российская Федерация
С.В. Ратнер, доктор экономических наук, доцент, Москва, Российская Федерация
Е.А. Федорова, доктор экономических наук, профессор, Москва, Российская Федерация

Ответственный секретарь: **И.Л. Селина**

Перевод и редактирование: **О.В. Яковлева, И.М. Вечканова**

Веб-разработка: **А.А. Клюкин**

Контент-менеджеры: **В.И. Романова, Е.И. Попова**

Менеджмент качества: **А.Ю. Садкус, А.В. Бажанов**

Верстка: **М.С. Гранильщикова**

Корректор: **Т.А. Кондратенко**

Подписка и реализация: **Р.Р. Гуськова**

Подписано в печать 24.06.2015

Выход в свет 26.06.2015

Формат 60x90 1/8. Объем 8,5 п.л. Тираж 1 170 экз.

Отпечатано в ООО «КТК»

Юр. адрес: 141290, Российская Федерация,

Московская обл., г. Красноармейск, ул. Свердлова, д. 1.

Тел.: +7 (496) 588-0866

Подписка:

Агентство «Урал-пресс»

Агентство «Роспечать» – индекс 80628

Объединенный каталог «Пресса России» – индекс 44368

Свободная цена

Журнал доступен в EBSCOhost™ databases

Электронная версия журнала: <http://elibrary.ru>, <http://dilib.ru>, <http://biblioclub.ru>

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей

Перепечатка материалов и использование их в любой форме, в том числе и в электронных СМИ, возможны только с письменного разрешения редакции

Редакция приносит извинения за случайные грамматические ошибки

© ООО «Информационный центр «Финансы и кредит»

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА

Гераськина И.Н. Механизм реализации бенчмаркинга в системе стратегического менеджмента предприятия для устойчивого развития 2

Шеховцов В.В., Шевцова Н.В., Шандаков А.А. Современное состояние и перспективы развития ипотечного кредитования в России: региональный аспект 16

Резник И.А. Российский опыт предоставления дистанционных банковских услуг (на примере Оренбургской области) 26

НАЛОГОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Иманшапиева М.М., Ремиханова Д.А. Оптимизация элементов налогообложения субъектов аграрного бизнеса в условиях трансформации экономики (по материалам Республики Дагестан) 36

НАУЧНОЕ ОБОЗРЕНИЕ

Макаров П.Ю. Системная модель интеллектуального капитала региона 45

Богачева О.В., Феоктистова О.А. «Горизонтальные» межбюджетные трансферты: опыт зарубежных стран и возможность применения в России 55

FINANCIAL ANALYTICS

SCIENCE AND EXPERIENCE

ISSUE 24
JUNE 2015

A peer reviewed information and analytical journal

Since 2007

4 issues per month

The journal is recommended by VAK (the Higher Attestation Commission) of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation to publish scientific works encompassing the basic matter of theses for advanced academic degrees
Indexing in Referativny Zhurnal VINITI RAS
Included in the Russian Science Citation Index (RSCI)
Registration Certificate ПИ № ФС 77-29584 of September 21, 2007 by the Ministry of Press, Broadcasting and Mass Communications of the Russian Federation

Founder:

Information center Finance and Credit, Ltd.
Office: 123182, Aviatsionnaya St. 79-480, Moscow, Russian Federation
Post address: 111401, P.O. Box 10, Moscow, Russian Federation
Telephone: +7 495 989 9610

Publisher:

Financepress, Ltd.
Office: 111397, Zelenyi prospect 20, Moscow, Russian Federation
Post address: 111401, P.O. Box 10, Moscow, Russian Federation
Telephone: +7 495 989 9610

Editorial:

Office: 111397, Zelenyi prospect 20, Moscow, Russian Federation
Post address: 111401, P.O. Box 10, Moscow, Russian Federation
Telephone: +7 495 989 9610
E-mail: post@fin-izdat.ru
Website: http://www.fin-izdat.ru

Director General: **Vera A. Gorokhova**
Managing Director: **Aleksey K. Smirnov**

Editor-in-Chief: **Yurii A. Kuznetsov**, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod – National Research University, Nizhny Novgorod, Russian Federation

Deputy Editors:

Sergei N. Golda, Moscow, Russian Federation
Viktor I. Popov, Moscow, Russian Federation

Editorial Council:

Marina V. Gracheva, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation
Al'bina V. Gukova, Business School Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation
Dmitrii A. Endovitskii, Voronezh State University, Voronezh, Russian Federation
Viktor M. Zaernyuk, Russian State University of Tourism and Service, Cherkizovo, Russian Federation
Vladimir S. Levin, Orenburg State Agrarian University, Orenburg, Russian Federation
Aleksei S. Makarov, National Research University – Higher School of Economics, Nizhny Novgorod, Russian Federation
Yana S. Matkovskaya, Volgograd State Technical University, Volgograd, Russian Federation
Evelina V. Peshina, Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russian Federation
Svetlana V. Ratner, Trapeznikov Institute of Control Sciences RAS, Moscow, Russian Federation
Elena A. Fedorova, Financial University under Government of RF, Moscow, Russian Federation

Executive Editor: Inna L. Selina

Translation and Editing: **Olga V. Yakovleva**, **Irina M. Vechkanova**
Web development: **Anton A. Klyukin**
Content managers: **Valentina I. Romanova**, **Elena I. Popova**
Quality management: **Alexandr Yu. Sadkus**, **Andrey V. Bazhanov**
Layout Designer: **Marina S. Granil'shchikova**
Proofreader: **Tat'yana A. Kondratenko**
Sales and subscription: **Ravilya R. Gus'kova**
Printed by KTK, Ltd., 141290, Sverdlov St., 1, Krasnoarmeysk, Russian Federation
Telephone: +7 496 588 0866
Published June 26, 2015. Circulation 1 170

Subscription:

Ural-Press Agency
Rospechat Agency
Press of Russia Union Catalogue

Online version:

EBSCOhost™ databases
Scientific electronic library: <http://elibrary.ru>
University Library Online: <http://biblioclub.ru>

Not responsible for the authors' personal views in the published articles

This publication may not be reproduced in any form without permission

All accidental grammar and/or spelling errors are our own

© Information center Finance and Credit, Ltd.

CONTENTS

ECONOMIC POLICY

Geras'kina I.N. A mechanism for benchmarking implementation in the system of strategic management of an enterprise for sustainable development purposes 2

Shekhovtsov V.V., Shevtsova N.V., Shandakov A.A. Current status and development prospects for mortgage lending in Russia: a regional aspect 16

Reznik I.A. The Russian experience in providing remote banking services (the case study of the Orenburg region) 26

TAX REGULATION

Imanshapiyeva M.M., Remikhanova Dzh.A. Optimizing components of taxation of agricultural businesses during the economic transformation (the case study of the Republic of Dagestan) 36

SCHOLAR DISPUTE

Makarov P.Yu. The system model of the region's intellectual capital 45

Bogacheva O.V., Feoktistova O.A. 'Horizontal' inter-budget transfers: best practices of foreign countries and their applicability in Russia 55

УДК 658.5: 330.341.1

МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ БЕНЧМАРКИНГА В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Инна Николаевна Гераськина,

кандидат экономических наук,

доцент кафедры

экономики и организации производства,

Мордовский государственный университет

им. Н.П. Огарева,

Саранск, Российская Федерация

geraskina82@mail.ru

Предмет/тема. Основной проблемой современной экономической ситуации в России является достижение глобальной конкурентоспособности и обеспечение стабильных темпов роста ключевых отраслей промышленности. Решение этой проблемы связано с разработкой и реализацией стратегических проектов инновационного развития предприятий, где центральное место необходимо отводить стратегическому бенчмаркингу.

Цели/задачи. Цель исследования – формирование механизма внедрения бенчмаркинга в систему стратегического управления предприятием, направленного на непрерывное совершенствование бизнес-процессов и ориентирующего на устойчивое развитие объекта управления. Достижение поставленной цели требует решения следующих задач: определить сущность, роль и место стратегического бенчмаркинга в системе управления предприятием; исследовать современные тенденции применения бенчмаркинга в практике отечественных предприятий; выявить объекты, предпосылки и ограничения для бенчмаркинга.

Методология. В работе с помощью методов экономического исследования (наблюдение, моделирование, научная абстракция, анализ, синтез, системный подход) выявлены различные аспекты стратегического бенчмаркинга, определена его

роль как одного из управляющих параметров социально-экономической системы, а также как объекта в соответствии с приоритетными направлениями развития науки, технологий и техники.

Результаты. Выделены особенности стратегии, основанной на результатах бенчмаркинга, принципы, а также причины, ограничивающие полноценное его применение. Представлен процесс его реализации в менеджменте предприятия и модель формирования стратегических решений предприятия на основе бенчмаркинга. Отмечены две наиболее важные предпосылки успешной реализации механизма стратегического бенчмаркинга: одобрение руководства и убежденность в необходимости изменений.

Применение. В результате апробации результатов исследования предложено стратегическое решение для промышленного предприятия ОАО «Орбита»: внедрение новой автоматизированной системы управления для обеспечения руководителей своевременной и достоверной информацией.

Выводы/значимость. Для отечественных наукоемких отраслей промышленности важно разрабатывать бенчмаркинговую стратегию развития с определением основных направлений прорыва и синергизма. Часто на практике следствием бенчмаркинговой стратегии выступают положительные

синергетические эффекты (когда результат от бенчмаркинга превосходит свойства эталонного бизнес-процесса), что позволяет убедиться в синергетических свойствах бенчмаркинга.

Ключевые слова: устойчивое развитие, бенчмаркинг, стратегия, бизнес-процесс, маркетинговая среда, стратегическое решение

Центральной проблемой современной экономической ситуации России является достижение глобальной конкурентоспособности и обеспечение стабильных темпов роста ключевых отраслей промышленности. В России в последние десятилетия увеличилось технологическое отставание от стран Западной Европы и Северной Америки и до предела возросла финансово-экономическая зависимость от экспорта сырья. Как отмечает профессор Н.П. Макаркин, страна, открывшая человеку дорогу в космос, сворачивает производство собственных гражданских самолетов, металлорежущих станков, источников света, телевизоров и т.д.

В атомной энергетике, военном авиастроении и ракетостроении благодаря советскому заделу еще удается сохранить конкурентоспособность на мировом рынке. Химкинский НПО «Энергомаш» вот уже второй десяток лет поставляет в США двигатели РД-180, с помощью которых впервые в мире удалось достигнуть скорости более 16 км/с, позволяющей покинуть пределы Солнечной системы. По словам академика Б. Каторгина, в настоящее время во многом благодаря соглашению о поставке двигателей в США «Энергомаш» обеспечивает себе финансирование, хотя новые разработки и модернизация ранее производившихся изделий осуществляются вяло из-за непривлекательности условий труда для молодых специалистов в связи с низкой его оплатой [9].

Ситуация в ракетно-космической отрасли на примере НПО «Энергомаш» свидетельствует, во-первых, о том, что Россия располагает благоприятными стартовыми условиями для инновационного прорыва по ряду высокотехнологичных отраслей промышленности, многие из которых унаследованы еще с советской эпохи. Уровень развития науки и образования в нашей стране в советские годы позволял поддерживать высокотехнологичный и конкурентоспособный уровень многих отраслей промышленности (атомная энергетика, военное и гражданское авиастроение, ракетостроение и станкостроение и др.).

Во-вторых, приведенный пример является тревожным сигналом, предупреждающим о том, что при сохранении нынешней инновационной политики государства утрачивается конкурентоспособность и по тем высокотехнологичным направлениям, в которых Россия была и пока остается лидером в мире.

Располагая по сравнению с другими «догоняющими» странами более благоприятными научно-технологическими и кадровыми предпосылками, Россия может в исторически короткий срок войти в число лидеров технологического развития. Инновационный прорыв возможен при следующих условиях:

- твердой решимости государства проводить курс на модернизацию всех сторон общественной жизни, добиваясь повышения эффективности социальных институтов;
- синергетическом управлении социально-экономическими системами разного уровня;
- активном использовании бенчмаркинга в бизнес-процессах и стратегическом менеджменте предприятий [2].

На современном этапе развития рыночных отношений невозможно существование организации без наличия стратегии устойчивого развития. К тому же для успешного ее функционирования необходимо постоянное применение передовых стратегических решений, систематическое совершенствование бизнес-процессов для адаптации к изменяющимся условиям.

Решение этих проблем связано с разработкой и реализацией стратегических проектов инновационного развития предприятий, где важное место необходимо отводить стратегическому бенчмаркингу, который является одним из фундаментальных бизнес-процессов современной организации. Он позволяет системно подходить к выявлению ключевых ориентиров развития и способствует повышению эффективности корпоративного менеджмента.

Как направление он представляет собой слияние методов и технологий менеджмент-маркетинга, а как важнейшее структурное «технологическое звено» в системе современного управления содействует эффективному обнаружению рисков и возможностей бизнеса, которые следует учитывать при построении стратегии предприятия [6].

Стратегический бенчмаркинг ориентирует предприятие на выбор стратегий активного развития и необходим для достижения лидирующих

позиций в отрасли и на рынке. Перед началом стратегического планирования он позволяет повысить эффективность управления и осуществлять проекты с учетом главных направлений и ближайших перспектив развития предприятия. Такие проекты могут иметь разнообразную направленность:

- приобретение нового оборудования;
- разработка новых или модернизация выпускаемых изделий;
- выход на новые или дальнейшее освоение существующих рынков сбыта;
- разработка и совершенствование существующих бизнес-процессов.

Партнерами по стратегическому бенчмаркингу могут быть реальные и потенциальные конкуренты, любые иные организации, признанные лидерами по тем вопросам ведения бизнеса, которые представляют стратегический интерес для руководителей предприятия, проводящего бенчмаркинг [5].

Объектами изучения в процессе стратегического бенчмаркинга могут быть:

- применяемые конкурентами и другими передовыми организациями стратегии ведения бизнеса и распределения ресурсов;
- альтернативные структуры управления предприятием;
- решения в области слияний, поглощений и инвестиций в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР);
- позиционирование предприятия в целом и отдельных линий его продукции;
- внедрение новых стратегий управления изменениями при применении программных средств управления предприятиями или таких стимулирующих организационных изменений методов, как система менеджмента качества на основе стандартов ИСО 9000, методологии всеобщего управления качеством (TQM) [7].

Стратегия предприятия, основанная на результатах бенчмаркинга, должна способствовать:

- исследованию маркетинговой среды и формулированию миссии организации;
- анализу рынков потенциальных товаров и услуг;
- выбору таких стратегических зон хозяйствования (СЗХ), которые способны в длительной перспективе обеспечить внешнюю гибкость предприятия, т.е. возможность ее переориентации в наиболее благоприятные зоны с экономической, политической, правовой, социально-культурной, научно-технической и экологической точек зрения;

- формированию товарного ассортимента предприятия, в наибольшей степени удовлетворяющего потребности потенциальных покупателей на внутреннем и внешнем рынке, обеспечивающего систематическое получение экономической прибыли, позволяющей реализовывать программы расширенного воспроизводства;
- рациональному распределению имеющихся и привлекаемых дополнительных ресурсов между различными направлениями деятельности, обеспечивающими максимальный результат;
- тесному взаимодействию с рынками производства, ценных бумаг, валютными рынками, обеспечивающими экономически эффективное поддержание стратегического потенциала организации на достаточном уровне для обладания конкурентным преимуществом на всех этапах жизненного цикла [16].

Выделим особенности стратегии, основанной на результатах стратегического бенчмаркинга:

- 1) процесс выработки стратегии не завершается каким-либо немедленным действием, а заканчивается установлением общих направлений, продвижение по которым должно обеспечить желаемый прирост уровня конкурентного статуса компании и, как следствие, уровня конкурентного преимущества организации;
- 2) в ходе формирования экономической стратегии нельзя предвидеть все возможности, которые проявятся при реализации конкретного стратегического проекта, поэтому пользуются обобщенной, неполной и неточной информацией о различных альтернативах, что приводит к росту неопределенности маркетинговой среды предприятия, целей и задач;
- 3) существенное усиление роли обратной связи в стратегическом управлении, поскольку при разработке стратегических решений постоянно появляются новые альтернативы, более полная и достоверная информация о тех или иных стратегических решениях, осуществляется целенаправленный поиск наиболее предпочтительных решений, в связи с чем первоначально намеченные цели стратегического развития могут быть подвергнуты сомнению или просто отброшены. Вследствие этого разработка экономической стратегии представляет собой циклический процесс с постоянной корректировкой первоначальных целей по мере уточнения информации о факторах, определяющих

конкурентный статус компании в исследуемой перспективе [8].

С учетом сущности стратегии предприятия основными этапами ее формирования с использованием стратегического бенчмаркинга являются:

- мониторинг и анализ маркетинговой среды предприятия, выбор вида бенчмаркинга и стратегического планирования, наиболее приемлемых для прогнозируемого уровня нестабильности в исследуемой перспективе;
- анализ достигнутого уровня конкурентного статуса организации, выявление партнеров по бенчмаркингу и стратегических целей, достижение которых позволит обеспечить конкурентное преимущество;
- выбор наиболее экономически эффективных средств достижения стратегических целей за счет использования результатов бенчмаркинга и усиления стратегического потенциала организации;
- разработка и реализация стратегической программы технического и социального развития организации на планируемую перспективу, ее корректирование с учетом анализа «обратных связей» [4, 10].

В современных условиях бенчмаркинг в качестве инструмента стратегического управления можно применять в двух направлениях.

Во-первых, надо накапливать информацию об эталонных предприятиях, касающуюся используе-

мой стратегии. В этом случае ближе всего окажутся компании-конкуренты, чья стратегия без изменений может принести положительные результаты. Применяя бенчмаркинг в этом направлении, можно сделать выводы об используемой стратегии в отрасли, собрав информацию о нескольких самых успешных организациях. При этом в разработке стратегии отпадает необходимость, поскольку происходит заимствование уже готовой, опробованной в этом бизнесе, что освобождает предприятие от затрат на ее формирование.

Во-вторых, следует разработать собственную стратегию на основании результатов бенчмаркинга, не затрагивая реализуемых стратегий других компаний. При этом используются косвенные данные предприятий-эталонов, а не конкретная стратегия. Сопоставление результатов деятельности предприятия с такими конкурентами дает предпосылки для определения новой стратегии.

Для получения ожидаемой эффективности от применения стратегического бенчмаркинга необходимо сделать его интегральной частью процесса инноваций и усовершенствований в бизнесе. Принимая во внимание значимость бенчмаркинга как инструмента для устойчивого развития, хозяйствующим субъектам важно использовать его возможности в полной мере для построения своей индивидуальной стратегии или заимствования уже готовой. В процессе стратегического бенчмаркинга можно выделить этапы его реализации (рис. 1).

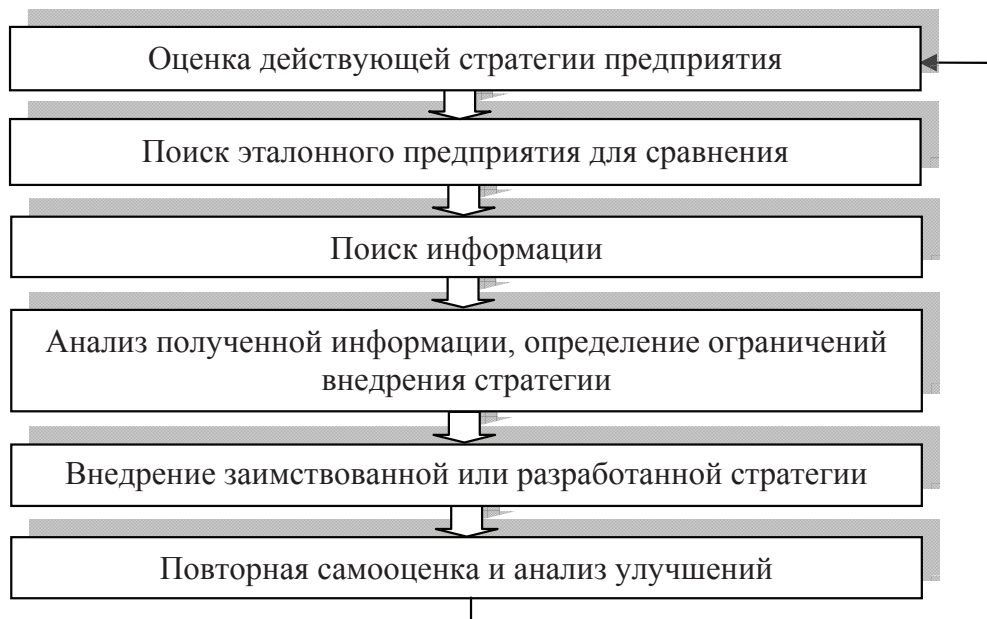


Рис. 1. Процесс реализации стратегического бенчмаркинга в менеджменте предприятия