

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
«НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»**



WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS

**СБОРНИК СТАТЕЙ XXXII МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
«WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS»,
СОСТОЯВШЕЙСЯ 30 МАЯ 2019 Г. В Г. ПЕНЗА**

ЧАСТЬ 3

**ПЕНЗА
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»
2019**

УДК 001.1
ББК 60
В75

Ответственный редактор:
Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

В75

WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS: сборник статей XXXI Международной научно-практической конференции. В 4 ч. Ч. 3. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2019. – 182 с.

ISBN 978-5-907204-89-8 Ч. 3
ISBN 978-5-907204-86-7

Настоящий сборник составлен по материалам XXXII Международной научно-практической конференции «**WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS**», состоявшейся 30 мая 2019 г. в г. Пенза. В сборнике научных трудов рассматриваются современные проблемы науки и практики применения результатов научных исследований.

Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законодательства об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

Полные тексты статей в открытом доступе размещены в Научной электронной библиотеке **Elibrary.ru** в соответствии с Договором №1096-04/2016К от 26.04.2016 г.

УДК 001.1
ББК 60

© МЦНС «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2019
© Коллектив авторов, 2019

ISBN 978-5-907204-89-8 Ч. 3
ISBN 978-5-907204-86-7

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ	10
ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ «ФИНАНСОВЫМ ПИРАМИДАМ» В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, КАК АСПЕКТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ МИТРОШЕНКО АРТЕМ ВАДИМОВИЧ, ЧЕПУРИН АЛЕКСЕЙ ИГОРЕВИЧ	11
ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ПЕНСИОННОЙ РЕФОРМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ БЕЗБОЖНОВА ЕЛИЗАВЕТА АНДРЕЕВНА	14
ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ БОЛЬШИХ ЧИСЕЛ В УЧЕТЕ И АУДИТЕ КЗЫКЕЕВА АЙҒАНЫМ СЕИТБЕКҒЫЗЫ	16
МСФО 2 «ЗАПАСЫ». ОЦЕНКА МАТЕРИАЛЬНЫХ ЗАПАСОВ НЕЖЕНЕЦ СВЕТЛАНА СЕРГЕЕВНА.....	19
ОЦЕНКА И ПЕРСПЕКТИВЫ АРКТИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ РОССИИ УПАСАК БОСЕ, ГРЕЙЗ ГЕОРГИЙ МАРКОВИЧ.....	22
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ НАЛОГОВЫХ ПРАВОНАРУШЕНИЙ: ПОНЯТИЕ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НЕДОРАБОТОК В СИСТЕМЕ КОНТРОЛЯ КОЗЛОВА СВЕТЛАНА АЛЕКСАНДРОВНА, КОЖЕВНИКОВ АЛЕКСАНДР ЕВГЕНЬЕВИЧ.....	26
МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ ПРИ ВЫЯВЛЕНИИ ФАКТОВ КОРРУПЦИИ САЛЬНИКОВ АНДРЕЙ ГЕННАДЬЕВИЧ.....	30
FEATURES OF ACCOUNTING IN RAILWAY TRANSPORT AND ITS PRIORITIES FOR ITS DEVELOPMENT ЯХШИКУЛОВА МОХИНУР ТОХИР КИЗИ, БАБАХАНОВА НИЛЮФАР УСМАНЖАНОВНА	33
ОСОБЕННОСТИ УПЛАТЫ НДС ИНОСТРАННЫМИ ГРАЖДДАНАМИ АРСЕНТЬЕВ АЛЕКСЕЙ МИХАЙЛОВИЧ	36
МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ВЫБОРЫ В СИСТЕМЕ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ МАРКОВА ГАЛИНА ИВАНОВНА, ОНДАР СНЕЖАНА БУЯНОВНА.....	39
ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА ДЕВЕЛОПЕРСКИХ ПРОЕКТОВ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ АНДРЕЕВ ВСЕВОЛОД ВЛАДИСЛАВОВИЧ	42
ОСНОВНЫЕ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ И ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ОТЕЧЕСТВЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ НАУМОВ СЕРГЕЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ, ТАГИРОВ МАГОМЕДСАИД МАГОМЕДРАСУЛОВИЧ.....	45
ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН КАРАБАСОВ РАСУЛ АСЫЛБЕКОВИЧ, СҮЙІНОВ АРНА ЖАБЫРБАЙУЛЫ	49
ПОНЯТИЕ И ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ МЕДВЕДЕВА Е.И., ГРЕБНЕВА М.Е.	52

ТЕНДЕНЦИИ В ОБЛАСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ РОССИЙСКИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ БРЕНДОВ ИБРАГИМОВА НУРИЯ УРСТЯМОВНА, ПРОКОФЬЕВА РАДМИЛА ВАСИЛЬЕВНА.....	55
ИССЛЕДОВАНИЕ СОСТОЯНИЯ И УГРОЗЫ РАЗВИТИЯ НЕФТЯНОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ ПОЛОЗОВ ЗАХАР ДМИТРИЕВИЧ, ПОДУСТОВ СЕРГЕЙ ПАВЛОВИЧ.....	58
ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ СУВорова АЛЕВТИНА ПАВЛОВНА, МУХАММЕДОВА ДЖЕННЕТ МЕРЕДОВНА.....	63
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМ СТОИМОСТИ ПЯТАЕВА ВИКТОРИЯ АЛЕКСЕЕВНА.....	66
ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РОССИИ В 2019 ГОДУ СМИРНОВА ЕЛИЗАВЕТА СЕРГЕЕВНА, ЧЕПРАКОВА ТАТЬЯНА НИКОЛАЕВНА.....	69
ДИСКОМФОРТ В СУЩЕСТВУЮЩИХ ПЯТИЭТАЖНЫХ ЗДАНИЯХ ГОРОДА ДУШАНБЕ НИГМАТОВ И.И., ХАСАНОВ МУХАММАДЗАРИФ ДЖАФАРАЛИЕВИЧ, АБДУРАХМОНОВ А.М.....	72
ЦИФРОВИЗАЦИЯ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ АРУТЮНЯН БОРИС ЮРЬЕВИЧ.....	74
ЭТАПЫ ВНЕДРЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ НА ПРАКТИКЕ БЛОХИН ИВАН ПАВЛОВИЧ.....	76
ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ БАБИЧ АННА АНАТОЛЬЕВНА, СИРОТИНА ЕВГЕНИЯ ПЕТРОВНА.....	78
РАЗРАБОТКА И УСЛОВИЯ ВНЕДРЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ В СФЕРЕ СТРОИТЕЛЬСТВА БЛОХИН ИВАН ПАВЛОВИЧ.....	81
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ СВЯЗИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ МАРКАРЬЯН ЮЛИЯ АРТЕМОВНА, ШУМАН АНДРЕЙ АНАТОЛЬЕВИЧ.....	84
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДИК РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ БАРАНОВА ИННА ВЛАДИМИРОВНА, КАЗАРЕЗОВА ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА, КУЗНЕЦОВА ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА, СЛОНОВА ЕЛЕНА ВЯЧЕСЛАВОВНА.....	87
ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ ФОРМАТОВ ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА ВОЛОГЖАНИНА АЛИНА ДМИТРИЕВНА.....	91
ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ СОПРОВОЖДАЕМОГО БАГАЖА ПРИ МЕЖДУНАРОДНЫХ АВИАПЕРЕВОЗКАХ НИКОЛАЕВА НАДЕЖДА АЛЕКСАНДРОВНА, ДАНИЛИН МАКСИМ СЕРГЕЕВИЧ.....	97
ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ BIGDATA В РОССИЙСКОМ БАНКОВСКОМ БИЗНЕСЕ КРЫМОВА И.П., ГУТЬЯР А.Д., НИКОЛАЕВ К.А.....	101

АНАЛИЗ ЦИФРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ КИТАЯ ЗИНИНА АННА ЛЕОНИДОВНА	105
АВАНСОВЫЕ ПЛАТЕЖИ ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ БАТЫРМУРЗАЕВА З. М., ДАУДОВ Д.Э.	111
ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА ЗАПАСОВ И МЕТОДЫ ИХ ОЦЕНОК В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ ЕСЕНОВА МЕЙРАМКУЛЬ ЖАСАГАНБЕРГЕНОВНА.....	114
ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЦИФРОВЫМИ ИННОВАЦИЯМИ В БИЗНЕСЕ УМАРОВ ИЛХОМЖАН ЮЛДАШЕВИЧ, ЮСУПОВА МИРОЖЖОН	118
SOCIAL AND ECONOMIC ESSENCE AND MAIN OBJECTIVES OF FOOD MARKET UMAROV ILKHOMJAN YULDASHEVICH, TOSHPULATOV FARRUKHBEK ASRONBEK OGLI.....	121
КАРТА ЦЕЛЕЙ – НОВЕЙШАЯ КОНЦЕПЦИЯ УЧЕТА ЗАТРАТ И РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ЕГО УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ КУХТАРЕВА ОЛЬГА НИКОЛАЕВНА, ГРИШАНОВА СВЕТЛАНА ВАЛЕРЬЕВНА.....	124
НАЛОГ НА ПРИБЫЛЬ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ НАЖУЕВА Д.Н., МАГОМЕДОВ Ш.Х., МАГОМЕДОВ О.А.	128
ВЫПЛАТЫ ОТПУСКНЫХ ПОСОБИЙ СОГЛАСНО ТК РФ В 2019 Г. КОРЯКИН АЛЕКСАНДР АНДРЕЕВИЧ	131
ИССЛЕДОВАНИЕ ИЗВЕСТНОСТИ ТОРГОВОЙ МАРКИ И ЕЕ РЕКЛАМЫ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ HONOR (HUAWEY) ЗАЛЕПАЕВ ВАДИМ ДМИТРИЕВИЧ	134
УЧЕТ И АУДИТ ПОСТУПЛЕНИЯ И ПРОДАЖИ ТОВАРОВ В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ГОРОВАЯ ВИКТОРИЯ ДМИТРИЕВНА	137
ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ ХАРЛАМОВА ИРИНА ЮРЬЕВНА, ШАВРОВА КРИСТИНА АЛЕКСАНДРОВНА.....	140
КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ПРИ ПЕРЕХОДЕ ОРГАНИЗАЦИИ НА БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО ШАКИРОВА КСЕНИЯ ОЛЕГОВНА.....	143
РОЛЬ И ВЛИЯНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ РЫЛИН ВЛАДИСЛАВ АЛЕКСЕЕВИЧ.....	146
УЧЕТ РАСЧЕТОВ С ПОКУПАТЕЛЯМИ И ЗАКАЗЧИКАМИ ЛОПАСТЕЙСКАЯ ЛЮДМИЛА ГЕННАДЬЕВНА, ШАРГУНОВА АНГЕЛИНА МАКСИМОВНА.....	149
АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ЦЕНТРА НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ, РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ КАБАРДИНО-БАЛКАРИИ СТАС НАРИН ТАМБИЕВНА, ТАТАРОВА АМИНА ВЛАДИМИРОВНА.....	152
УПРАВЛЕНИЕ НАЛОГОВЫМИ РИСКАМИ В ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАТВЕЕВА ВИКТОРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА, ГОНЧАРОВА АЛЛА ГЕННАДИЕВНА	155

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ БРАИЛОВСКАЯ ТАТЬЯНА ЮРЬЕВНА, ЧУПРИН АЛЕКСАНДР ОЛЕГОВИЧ	158
ФОЛЬКЛОРНЫЙ ТУРИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО РЫНКА В КАБАРДИНО- БАЛКАРСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ СТАС НАРИН ТАМБИЕВНА, ТАТАРОВА АМИНА ВЛАДИМИРОВНА.....	162
АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ БЕЗБАРЬЕРНОГО ТУРИЗМА В КАБАРДИНО-БАЛКАРСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ СТАС НАРИН ТАМБИЕВНА, МАКУАШЕВА ЗАИРА ОЛЕГОВНА.....	165
РЕАЛИЗАЦИЯ ГЧП ПРОЕКТОВ: МИРОВОЙ ОПЫТ И ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ПРАКТИКА ЯКОВЛЕВА ТАТЬЯНА ВАДИМОВНА.....	168
АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ТОВАРООБОРОТА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ КУРМАНОВА АЛИЯ ХАМИТОВНА, БАКИЕВА ЭЛЬМИРА ЭДИКОВНА.....	171
МОТИВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В РАЗВИТИИ ДЕТСКОЙ АНИМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТАС НАРИН ТАМБИЕВНА, МАКУАШЕВА ЗАИРА ОЛЕГОВНА.....	176
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ АЙНАБЕКОВА ИНДИРА ТАЙКОНЫРОВНА, ЕСЕНОВА МЕЙРАМКУЛЬ ЖАСАГАНБЕРГЕНОВНА	179

РЕШЕНИЕ
о проведении
30.05.2019 г.

XXXII Международной научно-практической конференции

«WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS»

В соответствии с планом проведения
Международных научно-практических конференций
Международного центра научного сотрудничества «Наука и Просвещение»

1. **Цель конференции** – содействие интеграции российской науки в мировое информационное научное пространство, распространение научных и практических достижений в различных областях науки, поддержка высоких стандартов публикаций, а также апробация результатов научно-практической деятельности

2. **Утвердить состав организационного комитета и редакционной коллегии (для формирования сборника по итогам конкурса) в лице:**

1) **Агаркова Любовь Васильевна** – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

2) **Ананченко Игорь Викторович** - кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры системного анализа и информационных технологий ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)»

3) **Антипов Александр Геннадьевич** – доктор филологических наук, профессор, главный научный сотрудник, профессор кафедры литературы и русского языка ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»

4) **Бабанова Юлия Владимировна** – доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Управление инновациями в бизнесе» Высшей школы экономики и управления ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»

5) **Багамаев Багам Манапович** – доктор ветеринарных наук, профессор кафедры терапии и фармакологии факультета ветеринарной медицины ФГБОУ ВО «Ставропольский Государственный Аграрный университет»

6) **Баженова Ольга Прокопьевна** – доктор биологических наук, профессор, профессор кафедры экологии, природопользования и биологии, ФГБОУ ВО «Омский государственный аграрный университет»

7) **Боярский Леонид Александрович** – доктор физико-математических наук, профессор, профессор кафедры физических методов изучения твердого тела ФГБОУ ВО «Новосибирский национальный исследовательский государственный университет»

8) **Бузни Артемий Николаевич** – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры Менеджмента предпринимательской деятельности ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет», Институт экономики и управления

9) **Буров Александр Эдуардович** – доктор педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой «Физическое воспитание», профессор кафедры «Технология спортивной подготовки и прикладной медицины ФГБОУ ВО «Астраханский государственный технический университет»

10) **Васильев Сергей Иванович** - кандидат технических наук, профессор ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

- 11) **Власова Анна Владимировна** – доктор исторических наук, доцент, заведующей Научно-исследовательским сектором Уральского социально-экономического института (филиал) ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений»
- 12) **Гетманская Елена Валентиновна** – доктор педагогических наук, профессор, доцент кафедры методики преподавания литературы ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»
- 13) **Грицай Людмила Александровна** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Рязанского филиала ФГБОУ ВО «Московский государственный институт культуры»
- 14) **Давлетшин Рашит Ахметович** – доктор медицинских наук, профессор, заведующий кафедрой госпитальной терапии №2, ФГБОУ ВО «Башкирский государственный медицинский университет»
- 15) **Иванова Ирина Викторовна** – канд.психол.наук, доцент, доцент кафедры «Социальной адаптации и организации работы с молодежью» ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского»
- 16) **Иглин Алексей Владимирович** – кандидат юридических наук, доцент, заведующий кафедрой теории государства и права Ульяновского филиал Российской академии народного хозяйства и госслужбы при Президенте РФ
- 17) **Ильин Сергей Юрьевич** – кандидат экономических наук, доцент, доцент, НОУ ВО «Московский технологический институт»
- 18) **Искандарова Гульнара Рифовна** – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры иностранных и русского языков ФГКОУ ВО «Уфимский юридический институт МВД России»
- 19) **Казданиян Сусанна Шалвовна** – доцент кафедры психологии Ереванского экономико-юридического университета, г. Ереван, Армения
- 20) **Качалова Людмила Павловна** – доктор педагогических наук, профессор ФГБОУ ВО «Шадринский государственный педагогический университет»
- 21) **Кожалиева Чинара Бакаевна** – кандидат психологических наук, доцент, доцент института психологи, социологии и социальных отношений ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»
- 22) **Колесников Геннадий Николаевич** – доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой ФГБОУ ВО «Петрозаводский государственный университет»
- 23) **Корнев Вячеслав Вячеславович** – доктор философских наук, доцент, профессор ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций»
- 24) **Кремнева Татьяна Леонидовна** – доктор педагогических наук, профессор, профессор ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»
- 25) **Крылова Мария Николаевна** – кандидат филологических наук, профессор кафедры гуманитарных дисциплин и иностранных языков Азово-Черноморского инженерного института ФГБОУ ВО Донской ГАУ в г. Зернограде
- 26) **Кунц Елена Владимировна** – д.ю.н., профессор, декан факультета подготовки специалистов для судебной системы Уральского филиала ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия»
- 27) **Курленя Михаил Владимирович** – доктор технических наук, профессор, главный научный сотрудник ФГБУН Институт горного дела им. Н.А. Чинакала Сибирского отделения Российской академии наук (ИГД СО РАН)
- 28) **Малкоч Виталий Анатольевич** – доктор искусствоведческих наук, Ведущий научный сотрудник, Академия Наук Республики Молдова
- 29) **Малова Ирина Викторовна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции, технологии и прикладной информатики ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»

30) **Месеняшина Людмила Александровна** – доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры русского языка и литературы ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»

31) **Некрасов Станислав Николаевич** – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры философии, главный научный сотрудник ФГБОУ ВО «Уральский государственный аграрный университет»

32) **Непомнящий Олег Владимирович** – кандидат технических наук, доцент, профессор, рук. НУЛ МПС ИКИТ, ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

33) **Оробец Владимир Александрович** – доктор ветеринарных наук, профессор, зав. кафедрой терапии и фармакологии ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

34) **Попова Ирина Витальевна** – доктор экономических наук, доцент ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

35) **Пырков Вячеслав Евгеньевич** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры теории и методики математического образования ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»

36) **Рукавишников Виктор Степанович** – доктор медицинских наук, профессор, член-корр. РАН, директор ФГБНУ ВСИМЭИ, зав. кафедрой «Общей гигиены» ФГБОУ ВО «Иркутский государственный медицинский университет»

37) **Семенова Лидия Эдуардовна** – доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры классической и практической психологии Нижегородского государственного педагогического университета имени Козьмы Минина (Мининский университет)

38) **Удут Владимир Васильевич** – доктор медицинских наук, профессор, член-корреспондент РАН, заместитель директора по научной и лечебной работе, заведующий лабораторией физиологии, молекулярной и клинической фармакологии НИИФиРМ им. Е.Д. Гольдберга Томского НИМЦ.

39) **Фионова Людмила Римовна** – доктор технических наук, профессор, декан факультета вычислительной техники ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»

40) **Чистов Владимир Владимирович** – кандидат психологических наук, доцент кафедры теоретической и практической психологии Казахского государственного женского педагогического университета (Республика Казахстан. г. Алматы)

41) **Швец Ирина Михайловна** – доктор педагогических наук, профессор, профессор каф. Биофизики Института биологии и биомедицины ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный университет»

42) **Юрова Ксения Игоревна** – кандидат исторических наук, декан факультета экономики и права ОЧУ ВО "Московский инновационный университет"

3. Утвердить состав секретариата в лице:

- 1) Бычков Артём Александрович
- 2) Гуляева Светлана Юрьевна
- 3) Ибраев Альберт Артурович

Директор
МЦНС «Наука и Просвещение»
к.э.н. Гуляев Г.Ю.



ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 330

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ «ФИНАНСОВЫМ ПИРАМИДАМ» В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, КАК АСПЕКТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

МИТРОШЕНКО АРТЕМ ВАДИМОВИЧ,
ЧЕПУРИН АЛЕКСЕЙ ИГОРЕВИЧ

студенты
Сибирский институт управления РАНХиГС

Аннотация: В данной статье рассмотрены основные проблемы противодействия возникновению и деятельности финансовых пирамид, также отражены проблемы теоретического и методического характера, приведены советы для принятия мер по борьбе с появлением финансовых пирамид.

Ключевые слова: финансовая пирамида, прибавочная стоимость, финансовый институт, вклады проблемы.

THE COUNTER "FINANCIAL PYRAMIDS" IN THE RUSSIAN FEDERATION, AS AN ASPECT OF ECONOMIC SECURITY

Mitroshenko Artem Vadimovich,
Chepurin Alexey Igorevich

Abstract: This article discusses the main problems of countering the emergence and activity of financial pyramids reflects the problems of theoretical and methodological nature, and provides advice for measures to combat the emergence of financial pyramids.

Keywords: pyramid scheme, surplus value, financial institution, deposits problems.

Значительное появление недобросовестных организаций, которые привлекают денежные средства привело к повышенной активности граждан на финансовых рынках. Данные организации работают по принципу финансовой пирамиды. После определенного времени существования, нарушая обязательства оговоренных выплат и процентов, они прекращают выплаты. В результате такой деятельности причиняется ущерб финансовым интересам вкладчиков, многих из которых можно отнести к слою социально незащищенного населения. В условиях финансовой нестабильности проблемы противодействия злоупотреблениям на финансовом рынке особенно актуальны, ведь любая нестабильная ситуация в обществе-это благоприятная сфера для мошенников и этим можно объяснить популярность финансовых пирамид на сегодняшний день, так как в условиях неопределенности люди пытаются найти, куда вкладывать свои деньги, и попадаются на различные уловки мошенников.

Прежде, чем анализировать проблематику данной темы, стоит понять, что из себя представляет деятельность финансовой пирамиды и дать ей определение.

Финансовая пирамида-это своеобразный способ получения доходов, обеспечивающихся постоянным привлечением денежных средств от новых участников пирамиды. Часто пирамиды регистриру-

ются как коммерческие организации и привлекают средства для финансирования проекта. Основное различие финансовой пирамиды от реально осуществляемого бизнес-проекта — это источник выплат дохода. Если суммарная выплата дохода будет превышать размеры прибавочной стоимости, которую обеспечивает данный бизнес, то данный проект является пирамидой. [3]

По подсчетам Банка России ущерб, нанесенный деятельностью пирамид в 2018 году, составил по приблизительным подсчетам около 2.5 млрд рублей. Половина средств из данной суммы ущерба была относится к результатам деятельности организации «Кэшбери». Пирамида разрослась до огромных размеров благодаря налаженному маркетингу и рекламной интеграции в известные блоги, а также рекламе от известных артистов. На данный момент пирамида прекратила все выплаты и анонсировала новый проект. Как минимум вкладчики потеряли по примерным подсчетам 1,5 млрд рублей.

Участвующие в рекламе известные люди также должны нести ответственность за свою деятельность, как и учредители, однако в России такой практики нет. [1] Опираясь на опыт других стран в сфере регламентирования ответственности за создание финансовых пирамид, России необходимо принимать законы, запрещающие их создание. В связи с этим, целесообразно дополнить либо в УК РФ 159, либо УК РФ 172 статью «Руководство или организация финансовой пирамидой». В примечании к статье стоит уточнить, что под финансовой пирамидой является реализацией физическим лицом или объединением физических лиц привлечения или получения финансовых активов от участников и получение вкладчиками дохода за счет перераспределений активов других лиц. Ужесточение мер по отношению к руководителям, лицам занимающимся пропагандой, рекламой и завлечением в структуру не исключит появление новых пирамид поэтому к данной проблеме нужно подойти с другой стороны, если государство хочет сократить количество граждан теряющих свои деньги в финансовых пирамидах, то представляется возможным вариант развития финансовых услуг, сделать более доступными финансовые рынки, а так же доносить до людей мысль о том, что спекулятивные методы на фондовом рынке не принесут заработка, так как он предназначен для сбережений с горизонтом инвестиций от 5 лет и больше и только тогда можно говорить о реальном заработке. В целом нужно развивать финансовую грамотность населения, за счет этого можно будет надеяться на тенденции к снижению появления мошеннических пирамид путем потери интереса вкладчиков к инвестированию в ненадежные инструменты. [4] Во избежание потерь инвестиционных вложений участников для защиты более эффективным для деятельности ряда финансовых компаний представляется создание страховых или компенсационных фондов.

На данный момент разработан проект Федерального закона «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и в Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации в связи с введением уголовной ответственности за создание и руководство деятельностью финансовой пирамиды», утвержденный Следственным Комитетом РФНа (далее – законопроект). Но данный законопроект не является безупречным и требует доработок и уточнений. Так, например, в названии статьи используется термин «создание». Этимологически «создание» подразумевает только комплекс первоначальных действий, в то время как термин «организация» включает в себя деятельность по контролю, объединению, созданию и поддержанию процессов, нужных для подготовки и создания объекта. Исходя из такой трактовки, более целесообразно будет использование термина «организация». Также разумным представляется убрать обязательные и исправительные работы, как наказание, предусмотренное за совершение преступления. На исправительных работах осужденный имеет право отбывать последнее по месту работы, в таком случае не учитывается тот факт, что местом работы в таком случае будет та же финансовая организация (пирамида).

Если говорить о динамике, то в 2016 году потери составили 1.6 млрд рублей, а количество компаний оказавшимися пирамидами в 2016 выявлено 180, в 2017 году- 137, а в 2018 – 168 по данным Центробанка. На основании этих данных можно сделать вывод о постоянной адаптации финансовых пирамид к постоянно меняющимся реалиям. В данный момент повлиять на деятельность финансовых пирамид довольно сложно, так как часто создаются под видом публичных проектов в интернете, которые имеют сайт, зарегистрированный за пределами РФ. [3]

Подводя итог, можно добавить, что альтернатива достаточно понятна и реализуема – дать возможность гражданам потенциал хорошего заработка своим трудом, повышать финансовую грамот-

ность населения путем внедрения финансовых услуг и доступными финансовыми рынками, а также усилить контроль за появлением новых мошеннических структур.

Список литературы

1. Васюков В.Ф. К вопросу о сущности следов преступлений, совершаемых в сфере информационно-коммуникационных технологий // Право и образование. 2016. № 8. С. 112–118.
2. Сафаров И.Г. Организация деятельности по привлечению денежных средств и (или) иного имущества: юридико-технический анализ // Вестник Казанского юридического института МВД России. 2016. № 4. С. 112–114.
3. Ильин И.В. Понятие, характеристика и вопросы профилактики экономического мошенничества (теоретические аспекты) // ВНИИ МВД России, 2008. – 156 с.
4. Мавроди С.П. Мавроди сделал свое дело– Мавроди может уходить // Профиль. – 1998. –30 с.

УДК 330

ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ПЕНСИОННОЙ РЕФОРМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

БЕЗБОЖНОВА ЕЛИЗАВЕТА АНДРЕЕВНА

студентка 2-го курса экономического факультета
ФГБОУ ВО Волгоградский государственный аграрный университет
Российская Федерация, г. Волгоград

Аннотация: В данной статье рассматривается пенсионная реформа, как социальная политика государства, а также её плюсы и минусы.

Ключевые слова: Социальная политика, пенсионная реформа, пенсионный возраст, пенсионеры, пенсии.

PENSION REFORM OF RUSSIA

BEZBOZHNOVA ELIZABETH ANDREEVNA

Abstract: This article examines the pension reform as a social policy of the state, as well as its pros and cons.

Keywords: social policy, pension reform, retirement age, pensioners, pensions.

Социальная политика представляет собой систему отношений, которые возникают между социальными субъектами для реализации основных целей общества. Реализация социальной политики осуществляется с помощью мероприятий государственных программ социального обеспечения и системы социальных услуг.

Рассмотрим подробнее пенсионную реформу.

Пенсионная реформа 2019 – 2028 годов – этап реформирования пенсионной системы Российской Федерации, который предусматривает постепенный подъём пенсионного возраста от 55 до 60 для женщин и от 60 до 65 лет для мужчин.

Неизбежность вышеназванных изменений продиктована сложившейся ситуацией в России в части превалирования числа пенсионеров над числом работающего населения. Усугубляет положение и низкий показатель рождаемости в нашей стране [2].

По показателям Росстата 30% населения составляют пенсионеры. Ежегодно сокращение работающего населения составляют около 400 тысяч человек, а на пенсию выходят 1,5 млн граждан Российской Федерации [1]. В такой ситуации финансировать пенсионные выплаты из бюджета становится тяжелее с каждым годом.

У пенсионной реформы, как у любого нововведения, есть свои преимущества и недостатки.

Преимущества введения пенсионной реформы:

– Снижение дефицита пенсионного фонда страны. Увеличение пенсионного возраста будет способствовать увеличению количества трудоспособного населения, тем самым позволит выйти пенсионному фонду из убыточного состояния и снизить нагрузку на федеральный бюджет.

– Повышение пенсий. Благодаря повышению пенсионного возраста действующие пенсионеры ежегодно могут получать надбавку к пенсии в среднем на 1000 рублей.

– Увеличение федерального бюджета. В настоящее время в пенсионный фонд осуществляются значительные отчисления из федерального бюджета. Увеличение пенсионного возраста позволит

увеличить количество трудоспособного населения и тем самым повысятся отчисления в пенсионный фонд, снизив нагрузку на федеральный бюджет.

Однако как мы видим преимущества пенсионной реформы касаются в основном государственных интересов, недостатки же ощущают на себе граждане:

– Проблемы с трудоустройством. Век повсеместной компьютеризации и развивающихся технологий требует от специалистов постепенного обучения и совершенствования, что может вызывать затруднения у пожилых людей в силу их возраста. Не каждый работодатель сможет создать новые рабочие места для вышеназванной категории, что приведет в итоге к уменьшению накопительной части пенсии. Что касается молодых специалистов, то возможность трудоустроится у них, уменьшится.

– Проблема со здоровьем. В России существует ряд профессий, при которых износ здоровья наступает задолго до наступления пенсионного возраста. Таким образом, возникает риск, что многие специалисты просто не доживут до пенсионного возраста.

– Повышенная нагрузка на выплаты социального характера, в частности на оплату листов нетрудоспособности. Так как здоровье с возвратом не становится лучше, пожилой работник может чаще, чем молодой специалист, брать листки нетрудоспособности по болезни [3].

В заключении хочу сказать, что на данном этапе категорично говорить, что пенсионная реформа – это плохо или хорошо, еще нельзя. Прошло очень мало времени с момента её введения для получения аналитической информации. Однако большинство специалистов считают, что пенсионная реформа способна дать положительные результаты как для государства, так и для людей только при тщательном продумывании каждого шага.

Список литературы

1. Демографические показатели населения РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/.
2. Федеральная служба государственной статистики. Пенсионное обеспечение [Электронный-ресурс]: URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/generation/.
3. Павлова Т. М. Анализ изменений государственной системы пенсионного обеспечения в России // Молодой ученый. - 2017.

УДК 657.631.6

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ БОЛЬШИХ ЧИСЕЛ В УЧЕТЕ И АУДИТЕ

КЗЫКЕЕВА АЙҒАНЫМ СЕИТБЕКҚЫЗЫдокторант PhD
АО «Университет Нархоз»

Аннотация: Современная экономика требует нововведений во все сферы деятельности. И в данном контексте наблюдается разрыв между использованием моделей больших чисел в аудите и учете по сравнению со смежными дисциплинами. В данной статье рассматриваются возможные причины минимального использования методик больших чисел, а также положительные результаты внедрения современных методик при ведении бухгалтерского учета и проведения аудиторских проверок.

Ключевые слова: аудит, учет, методы больших чисел, моделирование, анализ данных.

BIG DATA TECHNIQUES APPLICATION POSSIBILITIES IN ACCOUNTING AND AUDIT

Kzykeyeva Aiganym Seitbekkyzy

Abstract: The modern economy requires innovations in all areas of activity. Moreover, in this context, there is a gap between the use of big data techniques in audit and accounting compared with related disciplines. This article discusses the possible reasons for the minimal use of big data, as well as the positive results of the application of modern methods in accounting and audit.

Key words: audit, accounting, big data techniques, modeling, data analysis.

Последним вызовом современной экономики является всеобщая цифровизация и возможность использования различных методик для работы с большими данными. Однако, если рассматривать сферу бухгалтерского учета и аудита, то мы увидим, что такие программы не получили широкого распространения по сравнению со смежными дисциплинами. Так, например, в области финансов широко используются методы финансового моделирования предсказания банкротства, поведения на фондовом рынке.

Фирмы Big 4, по словам партнеров по аудиту, начали применять отдельные методы для обработки данных на практике, но используемые методы недостаточны и не многопрофильны. Одной из причин подобной ситуации может быть то, что аудируемые фирмы не используют передовые методы и технологии, и в соответствии с требованиями клиентов аудиторы также не настроены на нововведения, хотя именно в аудиторской практике наиболее часто используется методы случайных аудиторских выборок. Утверждается, что для поддержания доверия аудиторы должны быть приведены в соответствие с практикой своих клиентов. Тем не менее высказывается аргумент в пользу того, что аудиторы могут использовать большие данные только после того, как их клиенты воспримут их на должном уровне [1].

С другой стороны, многие исследователи подчеркивают, что в аудите отсутствуют большие данные и соответственно нет необходимости в использовании передовых технологий [2].

Также исследователи отмечают, что большие данные, использование современных методик их обработки, могут значительно изменить порядок проведения аудита. Применение программ, обеспечивающих проведение аналитических процедур, значительно изменит работу аудиторов, порядок формирования цен на аудиторские услуги [3]. Большие данные позволяют аудиторам анализировать процессы, которые генерируют информацию, включая полное демографическое тестирование, сегментное тестирование, что значительно повышает ценность аудиторской и бухгалтерской профессии и удовле-

творенность клиентов качеством аудиторской проверки.

С другой стороны, утверждается, что большие данные могут улучшить аудит финансовой отчетности. А также, во-вторых, подчеркивается, что медленное, неполное использование методик обработки больших объемов данных, может рассматриваться как большой риск, следовательно, требуется более тщательное исследование возможности апробации на практике и изучения аудиторами и их ассистентами [4].

По мере того, как формируемые данные по транзакциям компании, получаемым доходам становятся все более укрупненными, требующими многогранного и всестороннего анализа, клиенты аудита, как правило, считают использование методов больших данных обычным явлением. Международный совет по стандартам аудита заявил, что клиенты в некоторых регионах и наукоемких отраслях больше интересуются использованием аналитики данных. Однако, при этом стандарты бухгалтерского учета и аудита не поспевают за технологическими изменениями и до сих пор рекомендует использовать лишь агрегирование и выборку [5]. Призыв к изменению стандартов также принят рядом авторов, которые указывают, что практикующие специалисты, ученые и студенты выиграют, узнав больше сведений о больших данных и методиках их обработки [6].

На сегодняшний день изучаются и поведенческий аспект влияния больших данных на профессиональное суждение аудитора, и рассматриваются вопросы такие как информация, перегрузка, актуальность информации, распознавание образов и неоднозначность. Исследователи пришли к выводу, что добавление методов больших данных к наборам инструментов, используемых в процессе аудита, увеличит ценность аудита. Они также отмечают, что важно использовать технику и набор данных наиболее соответствующих каждому обстоятельству, что указывает на необходимость дополнительных исследований в этой области [7]. Также большие данные предоставляют дополнительный источник доказательств для функции аудита, и их использование должно оцениваться в соответствии с общими критериями аудиторских доказательств: достаточности, надежности и актуальности [8]. В дополнение к уже популярным методам моделирования финансового бедствия и финансового мошенничества, большие данные предлагают множество других преимуществ для аудиторской деятельности. Большие данные, видео, аудио и текстовая информация, их качественная обработка может также улучшить функции бухгалтерского учета и аудита [9]. Например, в дополнение к проверке транзакций по счетам, аудиторы могут также использовать нетрадиционную информацию, такую как фотографии, видео и местоположение. В целом, считается, что бухгалтеры и аудиторы должны «владеть» большими данными не только потому, что они предоставляют лучшую информацию, но потому что это поможет продвинуть профессию вверх по цепочке создания стоимости, чтобы стать настоящим деловым партнером, чем просто поставщик транзакционных услуг.

Понятно, что методы больших данных представляют собой ценную возможность для аудиторской профессии. Как упоминалось ранее, аудит выиграл бы от принятия современных методов обработки больших данных для прогнозирования финансовых затруднений и выявления финансового мошенничества. Нет сомнений, что доступ к часто обновляемым большим данным, которые могут включать в себя нетрадиционную информацию, будут иметь большое значение для функции аудита. Также известно, что в некоторых обстоятельствах у аудиторов могут возникнуть трудности с интеграцией нескольких доказательств, их оценки, в то время как методы больших данных превосходно интегрируют разнообразные фрагменты информации в средства для принятия решений. Методы больших данных могут также применяться к традиционным видам аудиторских доказательств, чтобы получить дополнительную информацию. Кроме того, модели, созданные с использованием любого из методов больших чисел, могут быть легко визуализированы и переданы внешним пользователям в удобной форме. Обобщая, можно сказать, что объединение нескольких методов превосходит использование одного метода. Методы больших данных лучше всего использовать, чтобы дополнять, а не заменять экспертов-людей, что может стать важным аргументом для преодоления нежелания использовать методы больших данных. Нетрадиционные источники информации, такие как текст, предлагают дополнительную ценность (например, использование онлайн-новостей для прогнозирования фондового рынка).

Другими примерами будущих направлений исследований включают учет в реальном времени и финансовую информацию, а также платформы для совместной работы. Методы больших данных могут позволить финансовой информации быть доступной в режиме реального времени, а не через традиционные квартальные или годовые отчеты. Информация в режиме реального времени также ставит важный вопрос о том, как предоставлять аудиторские и аудиторские услуги в таких условиях. Соответственно, требуются процессы аудита в реальном времени, так называемый непрерывный цикл аудита, эта работа может быть усилена методами больших данных, которые хорошо подходят для быстрого анализа и адаптируясь к новым данным. Изменение способа представления такой информации, вероятно, потребует существенные изменения в процедурах аудита, хотя практика, связанная с утверждением о существовании, может оставаться схожей. В целом, финансовая отчетность в режиме реального времени потребует от аудиторов фундаментальных изменений от предоставления гарантий к предоставлению аудиторского отчёта в системе реального времени.

В целом, говоря о возможностях использования в бухгалтерской практике и аудите методов больших чисел, можно сделать следующие выводы. Аудиторская проверка стала бы более эффективной в случае использования методов больших данных независимо от того, используют их фирмы-клиенты или нет. Результаты исследований в области бухгалтерского учета и финансов предполагают объединение нескольких моделей больших данных вместо применения отдельной модели, и использование больших моделей данных для дополнения человеческих экспертов. Существует множество возможностей использовать методы больших данных в аудите, особенно в сочетании аналитических процедур с традиционными методами аудита и экспертного суждения. Аудит может выиграть от использования данных методов при формировании модели финансового бедствия и финансового мошенничества. Также стоит отметить, что веб-сайты некоторых аудиторских фирм продвигают аналитику данных как часть своих инноваций в области аудита. Например, KPMG описывает свой аудит как «основанный на инновациях в области данных и аналитики (D & A)» [10].

Список литературы

1. Alles, M. G. (2015). Drivers of the use and facilitators and obstacles of the evolution of big data by the audit profession. *Accounting Horizons*, 29(2), 439–449.
2. Zhang, J., Yang, X. S., & Appelbaum, D. (2015). Toward effective big data analysis in continuous auditing. *Accounting Horizons*, 29(2), 469–476.
3. Werner, M., & Gehrke, N. (2015). Multilevel process mining for financial audits. *IEEE Transactions on Services Computing*, 8(6), 820–832.
4. Griffin, P. A., & Wright, A. M. (2015). Introduction: Commentaries on big data's importance for accounting and auditing. *Accounting Horizons*, 29(2), 377–379.
5. Krahel, J. P., & Titera, W. R. (2015). Consequences of big data and formalization on accounting and auditing standards. *Accounting Horizons*, 29(2), 409–422.
6. Appelbaum, D., Kogan, A., & Vasarhelyi, M. A. (2017). Big data and analytics in the modern audit engagement: Research needs. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 36(November (4)), 1–27.
7. Brown-Liburd, H., Issa, H., & Lombardi, D. (2015). Behavioral implications of big data's impact on audit judgment and decision making and future research directions. *Accounting Horizons*, 29(2), 451–468.
8. Yoon, K., Hoogduin, L., & Zhang, L. (2015). Big data as complementary audit evidence. *Accounting Horizons*, 29(2), 431–438.
9. Warren, J. D., Moffitt, K. C., & Byrnes, P. (2015). How big data will change accounting. *Accounting Horizons*, 29(2), 397–407.
10. KPMG (2016). KPMG audit, powered by data + analytics. Available from <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/03/data-and-analytics-tools.pdf>.

УДК 657.92

МСФО 2 «ЗАПАСЫ». ОЦЕНКА МАТЕРИАЛЬНЫХ ЗАПАСОВ

НЕЖЕНЕЦ СВЕТЛАНА СЕРГЕЕВНА

студентка

ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

Аннотация: в данной статье рассмотрены принципы учета и оценки запасов в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности, разобран стандарт 2 «Запасы», изучены способы формирования себестоимости запасов, затраты, и отражение в финансовой отчетности стоимости запасов.

Ключевые слова: финансовая отчетности, запасы, оценка запасов, себестоимость, МСФО, чистая продажная стоимость.

IAS 2 «INVENTORIES». ASSESSMENT OF MATERIAL RESERVES

Nezhenets Svetlana Sergeevna

Abstract: this article discusses the principles of accounting and valuation of reserves in accordance with International Financial Reporting Standards, discloses standard 2 "Inventories", explores the possibility of using basic reserves, costs and reflecting the cost of inventory in financial statements.

Keywords: financial statements, inventories, inventory valuation, cost, IFRS, net sales value.

В ходе осуществления хозяйственной деятельности формируются запасы, которые включают в товары, готовую продукцию, сырье и материалы и так далее. Учет запасов является неотъемлемой частью всей системы бухгалтерского учета в компании. Отдельное внимание в учете запасов стоит уделять формированию затрат, связанных с приобретением и производством запасов, т.е. их оценки. Оценка затрат позволяет правильно отразить стоимость запасов в финансовой отчетности. В соответствии с МСФО 2 запасы должны оцениваться по наименьшей из двух величин: себестоимости и чистой продажной стоимости (рисунок 1)

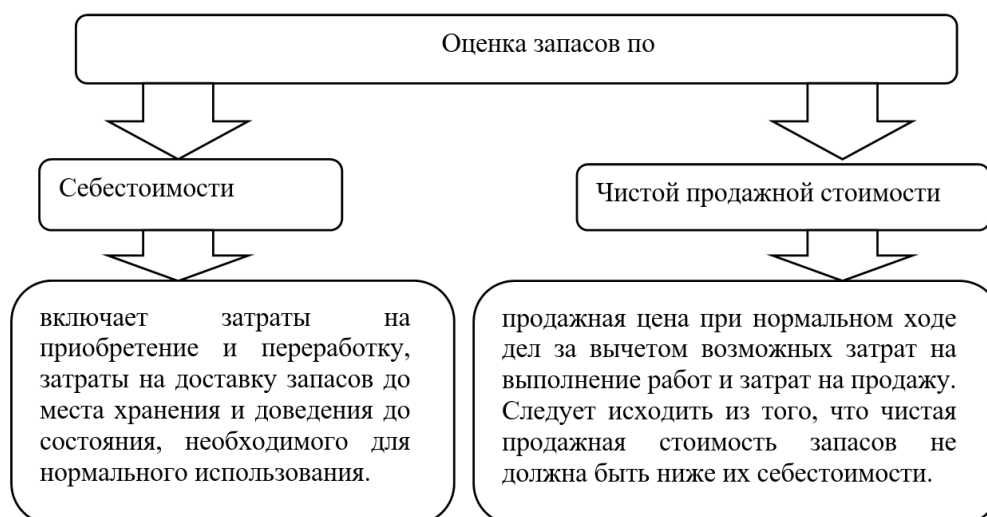


Рис. 1. Оценка запасов по МСФО 2

Состав затрат, включаемых в себестоимость запасов, и механизм расчета себестоимости запасов зависит от характера деятельности компании и выбирается ей самостоятельно.

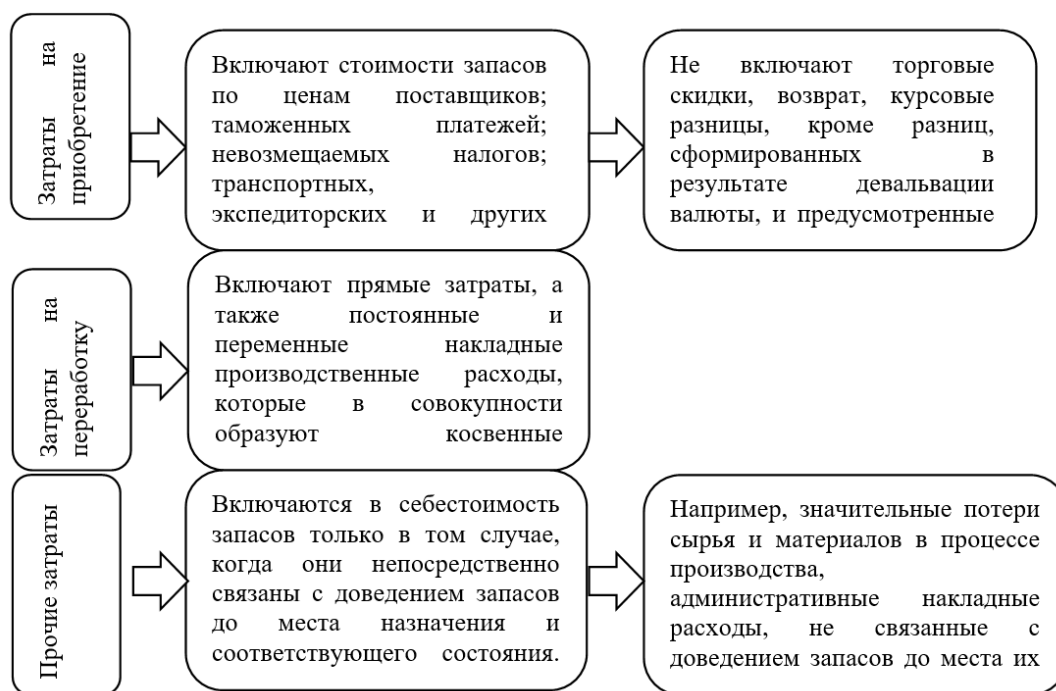


Рис. 2. Формирование себестоимости запасов

Основными способами исчисления себестоимости запасов являются метод ФИФО и способ средневзвешенной себестоимости (рисунок 3).



Рис. 3. Способы формирования себестоимости

Каждая организация самостоятельно определяет способы оценки запасов. Организация вправе

использовать разные способы для различных запасов, в том числе и для однотипных запасов, которые используются в отдельных отраслях деятельности организации.

В процессе обычной деятельности возникают ситуации, когда себестоимость имеющихся у субъекта запасов оказывается выше их чистой продажной стоимости. Это означает, что стоимость, по которой активы учтены, превышает сумму, ожидаемую к получению от их продажи или использования.

Исходя из общего принципа оценки запасов, при возникновении в отчетном периоде данных ситуаций субъект должен уменьшить балансовую стоимость запасов до величины чистой продажной стоимости. Уменьшение стоимости позволяет снизить будущие убытки, возникающие вследствие невозможности при продаже или использовании запасов возместить затраты на их приобретение.

Рассмотрим ситуацию. Компания приобрела 1 000 м³ удобрений общей стоимостью 300 000 руб. для осуществления своей хозяйственной деятельности. В связи с неправильными условиями хранения качество всего объема удобрений стало неудовлетворительным, продать удобрение компания не смогла. По экспертным оценкам стоимость удобрений снизилась до 195 000 руб. В данной ситуации необходимо осуществить корректировку чистой продажной стоимости на сумму 105 000 руб.

Рассмотрим другой пример. Организация приобрела 100 баррелей нефти по 100 рублей за баррель, в связи с экономическим кризисом стоимости запасов резко упала до 80 рублей. Реализовать их не удалось. В данной ситуации также необходимо осуществить корректировку чистой продажной стоимости на сумму 2 000 рублей.

Оценка чистой продажной стоимости запасов производится в каждом отчетном периоде. При продаже запасов стоимость, по которой они учитывались, признается расходом в том периоде, когда признается доход от продажи. Величина уменьшения стоимости запасов до чистой продажной стоимости или сумма потерь запасов признается в качестве расхода в периоде возникновения уменьшения или потерь. Изменение суммы списания стоимости запасов вследствие последующего ее увеличения должно признаваться как уменьшение величины запасов, признанных ранее в период списания в качестве расхода в том периоде, в котором произошло увеличение чистой продажной стоимости.

Рассмотрим порядок раскрытия информации по запасам в финансовой отчетности организации. Так, например, LVMH (Moët Hennessy Louis Vuitton) – французская ТНК, мировой лидер по производству предметов роскоши, в своей отчетности они отражают следующие:

1. Запасы отражены по наименьшей стоимости приобретения и чистой продажной стоимости.
2. Себестоимость большей части запасов определена способом средневзвешенной или способом ФИФО.
3. В связи с длительностью процесса созревания шампанских вин значительная часть запасов не будет продана в течение одного года. Однако в соответствии с подходом, принятым в отрасли, она отнесена к текущим активам.

Таким образом, МСФО 2 «Запасы», четко регулируя порядок применения и оценки данных активов на разных стадиях учетного процесса, предоставляет субъектам возможность выбора наиболее рациональных методологических подходов при отражении фактов хозяйственной жизни, возникающих в целях осуществления финансово-хозяйственной деятельности

Список литературы

1. Казакова, Н. А. Совершенствование бухгалтерского учета материально-производственных запасов в организациях АПК в условиях перехода на МСФО // Международный бухгалтерский учет. 2017. - № 14 (146). - С. 11-18.
2. Новикова, М. М. Сравнительный анализ оценки запасов в РСБУ и МСФО // Аллея науки. - 2017. - Т. 4. № 15. - С. 470-474.
3. Рабаданова, Ж. Б. Подходы к оценке запасов в условиях МСФО // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. - 2018. - № 1.- С. 98-100.

УДК 339.976.2

ОЦЕНКА И ПЕРСПЕКТИВЫ АРКТИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ РОССИИ

УПАСАК БОСЕ

магистрант

ГРЕЙЗ ГЕОРГИЙ МАРКОВИЧ

д.э.н., профессор

ФГАОУ ВО Южно-Уральский государственный университет (НИУ)

Аннотация: Арктический регион претерпевает быстрые преобразования в связи с глобальными изменениями климата. Арктические страны – это восемь стран, которые обладают земельными участками в этом регионе: Канада, Дания (включая Гренландию и Фарерские острова), Финляндия, Исландия, Норвегия, Россия, Швеция и Соединенные Штаты. В статье изложены перспективы и проблемы российского присутствия в Арктике. Основные экономические выгоды для России связаны с развитием судоходства по Северному морскому пути, как кратчайшему маршруту между странами Дальнего Востока и Европы, освоением богатых месторождений полезных ископаемых.

Ключевые слова: Россия, Арктика, Северный морской путь, добыча углеводородов.

ASSESSMENT AND PERSPECTIVES OF RUSSIA'S ARCTIC STRATEGY

Upasak Bose,**Greyz Georgiy Markovich**

Abstract: The Arctic region is undergoing rapid transformation due to global climate change. Arctic countries are the eight countries that own land in this region: Canada, Denmark (including Greenland and the Faroe Islands), Finland, Iceland, Norway, Russia, Sweden, and the United States. The article outlines the prospects and problems of the Russian presence in the Arctic. The main economic benefits for Russia are associated with the development of shipping along the Northern Sea Route, as the shortest route between the countries of the Far East and Europe, the development of rich mineral deposits.

Keywords: Russia, Arctic, Northern Sea Route, hydrocarbon production.

Таяние арктического морского льда побудило многие страны, главным образом те, которые имеют арктическое побережье пересмотреть свои обязательства и стратегические интересы в Арктике. Арктика нагревается быстрее, чем другие области на планете. Последние данные свидетельствуют о том, что арктический морской лед моложе и тоньше и, следовательно, более склонен к таянию. Меньше белого льда и больше темного моря приводит к тому, что поглощается больше солнечной радиации, ускоряя оттепель. Многие ученые прогнозируют, что если глобальные выбросы парниковых газов продолжатся, то к середине XXI века Северный Ледовитый океан в летние месяцы будет практически безо льда, что откроет регион для большей коммерциализации, включая производство энергии и судоходство. Интерес к региону растет по мере того, как повышающиеся температуры открывают судоходные пути и облегчают эксплуатацию доселе недоступных минеральных ресурсов.

Регион имеет важное стратегическое значение для небольшого количества стран, которые окружают Полярный Круг – США (Аляска), Канада, Россия, Норвегия, Дания (Гренландия), Исландия, Швеция и Финляндия. Россия имеет самое длинное арктическое побережье, простирающееся более чем на десять тысяч миль.

Большинство стран будут затронуты событиями в Арктике, поскольку судоходство, рыболовство, энергетика и добыча полезных ископаемых, научные исследования и другие виды деятельности в регионе влияют на национальное экономическое благосостояние и безопасность. Например, более короткие торговые пути через Арктику могут стать благом для стран, ориентированных на экспорт, таких как Китай.

Управление Арктикой осуществляется в соответствии с внутренними законами и правилами каждого Арктического государства, а также на основании двусторонних, региональных и международных соглашений. Правовая основа, регулирующая деятельность в Арктике, за ее пределами и под ней это "Конвенция Организации Объединенных Наций по морскому праву 1982 года".

По мере отступления Арктической ледяной шапки открываются судоходные пути, которые, как надеются многие торговые страны, могут соперничать или, по крайней мере, дополнять традиционные маршруты в летние месяцы. Северный морской путь (СМП) – судоходная полоса вдоль Сибири, соединяющая Атлантику с Тихим океаном – впервые стал свободным ото льда в 2007 году, и набирает обороты как сезонный альтернативный маршрут (рис. 1). Маршрут из Шанхая в Гамбург через СМП короче примерно на 30 процентов, чем маршрут через Суэцкий канал, а также позволяет избежать пиратских вод.



Рис. 1. Маршрут из Шанхая в Гамбург через СМП и альтернативный маршрут через Суэцкий канал

Россия вкладывает миллиарды долларов в Арктическую инфраструктуру для реализации проекта «Суэцкого Севера». Для сравнения, через Суэцкий канал ежегодно проходит более 17 тысяч судов. За 2017 год через Суэцкий канал было перевезено 1,041 млрд т грузов. Это в 5 тыс. раз больше, чем прошло по Северному морскому пути (194 тыс. т).

Но руководители отрасли и аналитики говорят, что ряд проблем для судоходства по СМП останется и в ближайшие годы. Даже летом суровая окружающая среда затрудняет навигацию на фоне непредсказуемой погоды и льда. Корабли часто требуют сопровождения ледокола (примерно \$400,000) и дополнительной страховки, которая почти «съедает» некоторую потенциальную экономию топлива на маршруте. Более того, тот факт, что Россия контролирует большую часть СМП и сопутствующий ей ледокольный флот, вызывает беспокойство других стран из-за возможного российского решения повысить транспортных расходов [1].

По данным оценки арктических ресурсов, проведенной в 2008 году «Геологической службой США (USGS)», почти четверть нераскрытых, извлекаемых нефтяных ресурсов Земли находится в арктическом регионе: 13 % нефти; 30 % природного газа; и 20 % сжиженного природного газа. Немногие страны так заинтересованы в инвестициях в Арктику, как Россия, экономика которой в значительной степени зависит от углеводородов. Из почти шестидесяти крупных месторождений нефти и природного газа, открытых в Арктике, сорок три находятся в России.

В то время как экономика России все больше обременена западными санкциями, РФ стремится продвигать новый арктический транспортный коридор, который может иметь далеко идущие экономические и геополитические последствия. Осенью 2018 года, контейнеровоз датской компании Maersk успешно завершил прохождение российской части СМП. Компания подтвердила успех «разового пробного прохода» по СМП, отметив, что судну «по мере необходимости» оказывали помощь ледоколы. «Пробный проход позволит нам изучить оперативную возможность контейнерных перевозок по Северному морскому пути и собрать данные», – цитирует газета The Independent представителя пресслужбы Maersk. Тем не менее, представители компании заявили, что пока не рассматривают СМП как коммерческую альтернативу существующей сети [2].

СМП связывает Азию с Европой, через российские воды в Северном Ледовитом океане. Аргументы в пользу продвижения СМП очевидны. Маршрут между Азией и Европой примерно на две недели короче, чем у конкурентов Суэцкого канала. Меньшее количество дней в море означает более быстрые сроки доставки и более низкие расходы на топливо и персонал. Другой северный маршрут – Северо-Западный проход у побережья Канады – не так привлекателен, из-за мелководья. Кроме того, судоходство там будет осложнено оспариваемыми претензиями на суверенитет над этими водами.

СМП – новый транспортный коридор, связывающий Южную Корею с Санкт-Петербургом, уже перераспределяет международный поток товаров и услуг. С учетом растущего спроса Азии на российский экспорт природного газа, Россия будет все больше связывать свою добычу газа на Ямале непосредственно с растущими рынками Южной Кореи и Японии.

Изменение климата очищает морские пути ото льда, и Россия вкладывает большие инвестиции в Арктическую инфраструктуру, чтобы сделать регион более доступным. Российский сжиженный природный газ вполне конкурентоспособен. Американский сжиженный природный газ дороже, чем российский, уже потому что российский экспортный рынок энергоресурсов просто ближе к азиатскому рынку импорта газа [3].

Россия займет пост председателя Арктического совета (межправительственного форума), на котором рассматриваются региональные вопросы, в 2021 году, В преддверии этого можно ожидать, что Россия будет обоснованно рекламировать СМП как надежный, коммерчески надежный и безопасный международный транспортный маршрут. Вполне вероятно, что Россия, особенно в ее роли председателя Совета, сформулирует СМП как отличительную черту арктической повестки России. Кроме реальных экономических выгод от эксплуатации СМП, Россия получает контроль над значительным объемом мировой торговли. Даже если Россия не получит права на дополнительные арктические территории, на которые она претендует, она все равно будет контролировать Северный морской путь и извлекать выгоду из увеличения трафика в Арктике. В России уже создана администрация СМП, которая является федеральным бюджетным учреждением, выдающим разрешения на навигацию по маршруту и оказывающим помощь ледоколами и в ледовой лоцманской проводке.

За последние годы привыкли говорить, что у России есть различные стратегии. Хотя Россия очень активна на многих фронтах, она не всегда преуспевает в достижении своих целей, и слово «стратегия» часто является преувеличением. На реализацию всех стратегий не хватает ресурсов.

Однако у России есть долгосрочная, жизнеспособная стратегия для Арктики, которую она начала осуществлять до того, как другие полностью осознали стратегическое значение региона. Важно отметить, что у России есть инструменты и инфраструктура, необходимые для работы в суровых условиях Севера. Другим будет трудно догнать Россию, когда у нее будет такая фора.

Россия также усиливает военное присутствие в Арктическом регионе, в последние годы открылись ряд военных и научных баз в Арктике. В 2019 году планируется завершение строительства инфраструктуры для размещения радиолокационных станций ПВО и авиационных пунктов наведения на острове Средний архипелага Северная Земля и острове Врангель, а также на мысе Шмидта на Чукотке.

Арктический регион чрезвычайно важен для России. Многие страны также проявляют интерес к Арктике. Соединенные Штаты, Канада, Норвегия, Дания, Швеция, Финляндия и Исландия имеют территории, которые находятся в пределах Полярного Круга. Однако другие страны, помимо этих, хотели бы иметь кусочек арктического пирога, утверждая, что Арктика никому не принадлежит и что она является

«глобальным достоянием». Китай объявил себя в Арктике «полярной сверхдержавой» в 2014 году. В 2018 году он изложил свою арктическую политику, в которой говорит о преследовании своих интересов в регионе. Китай сейчас инвестирует в свой ледокольный флот и намерен сотрудничать в строительстве «Полярного Шелкового пути». Таким образом, в Арктике имеется много игроков, с которыми России нужно конкурировать. Россия готова сотрудничать с ними, но свои интересы она, естественно, ставит на первое место. Для этого необходимо сильное стратегическое планирование и постановка целей [4].

Список литературы

1. Elizabeth Buchanan Russia's New Commanding Role in the Arctic (Op-ed) A new shipping corridor between Asia and Europe promises to strengthen Russia's control over the Arctic // The Moscow Times. – 2018. – 19 September. – p. 2/6.
2. Joanna Hosa (2018) Strategy on ice: Has Russia already won the scramble for the Arctic? // European Council on Foreign Relations. – 2018.
3. Jonathan Masters The Thawing Arctic: Risks and Opportunities // Council on Foreign Relations. – 2013.
4. Riina Haavisto, Karoliina Pilli-Sihvola, Atte Harjanne, Adriaan Perrels Socio-Economic Scenarios for the Eurasian Arctic by 2040. – Helsinki: Finnish Meteorological Institute. – 2016.

УДК 336.225.681

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ НАЛОГОВЫХ ПРАВОНАРУШЕНИЙ: ПОНЯТИЕ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НЕДОРАБОТОК В СИСТЕМЕ КОНТРОЛЯ

КОЗЛОВА СВЕТЛАНА АЛЕКСАНДРОВНА

старший преподаватель кафедры финансов

КОЖЕВНИКОВ АЛЕКСАНДР ЕВГЕНЬЕВИЧ

студент

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

Аннотация: в данной статье раскрывается понятие налогового нарушения, условия привлечения к ответственности по налоговым правонарушениям, описание системы контроля налоговых нарушений, статистика по выявленным и пресеченным нарушениям и совершенствование описанных методов контроля.

Ключевые слова: налоги, сборы, контроль, ответственность, правонарушение.

THE CURRENT STATE OF TAX OFFENSES: THE CONCEPT, RESPONSIBILITY AND IMPROVEMENT OF DEFECTS IN THE CONTROL SYSTEM

**Kozlova Svetlana Alexandrovna,
Kozhevnikov Alexander Evgen'evich**

Abstract: this article describes the concept of tax violations, the conditions of prosecution for tax offenses, the description of the system of control of tax violations, statistics on detected and suppressed violations and improvement of the described methods of control.

Key words: taxes, fees, control, responsibility, offense.

Налоговые поступления являются неотъемлемой частью доходов, поступающих в бюджет Российской Федерации. Возложение на граждан России обязанности уплаты налогов и сборов является обоснованной многими экономическими преобразованиями в государстве необходимостью. Юридически и экономически процедура уплаты налогов и сборов представляет собой изъятие части собственности у физического или юридического лица. Взимание налогов нельзя трактовать как принудительное лишение имущества его собственника – оно являет собой законное изъятие части имущества, основанное на конституционной обязанности граждан. В статье 57 Конституции Российской Федерации прописано, что «каждый обязан платить законно установленные налоги и сборы». Контролем за своевременностью и полнотой уплаты налогов и сборов в бюджетные и во внебюджетные государственные фонды занимаются налоговые органы Российской Федерации. Государство не может функционировать без налогов и налоговой системы в целом. Процесс уплаты налогов в различные уровни бюджетной системы страны необходим для дальнейшего проведения государством социально-экономической политики. Налоги существенно снижают доходы граждан, предпринимателей, хозяйствующих субъектов, и соответственно это сказывается на их материальном и финансовом благополучии. В этой связи

вполне естественно, что в каждом государстве возникает проблема сокрытия доходов, уменьшения налогооблагаемой базы, что, собственно, приводит к совершению налоговых правонарушений. Перед органами власти остро встает вопрос о регулировании данного негативного явления, поскольку возникает риск неполучения средств в бюджет. Поэтому стоит подробно раскрыть тему налоговых правонарушений, ответственности за совершение данного правонарушения, современного состояния налоговых правонарушений и совершенствование недоработок в системе контроля.

Согласно статье 106 Налогового Кодекса Российской Федерации, налоговым правонарушением считается виновно совершенное противоправное (с нарушением законодательства о налогах и сборах) деяние (действие или бездействие), за которое в Налоговом Кодексе установлена ответственность. Лицами, которые являясь налогоплательщиками, совершают данного вида правонарушение, в соответствии со статьей 107 Налогового Кодекса Российской Федерации, признаются – организации и физические лица. У последних ответственность за правонарушения наступает с шестнадцатилетнего возраста. Каждое фактическое правонарушение имеет собственный состав, который и является основанием для привлечения к ответственности. Состав налогового правонарушения – это совокупность обозначенных в Налоговом Кодексе Российской Федерации обстоятельств и признаков, наличие которых дает право квалифицировать нарушение как налоговое. Основываясь на главе 16 Налогового Кодекса Российской Федерации, условно, можно выделить четыре крупных группы налоговых правонарушений [1]:

1. Неисполнение обязанностей по налоговому учету. (статьи 116, 117 НК РФ)
2. Несоблюдение порядка ведения учета объектов налогообложения, доходов и расходов и предоставлением документов в налоговые органы. (статьи 119, 120 НК РФ)
3. Неисполнение обязанностей по уплате либо удержанию налогов и сборов. (статьи 122, 123 НК РФ)
4. Воспрепятствование законной деятельности налоговых органов (статьи 125 – 129 НК РФ)

Законодательство Российской Федерации предусматривает несколько видов ответственности за совершение налогового правонарушения [4]: финансовая, включающая в себя налоговую ответственность, уголовная и административная. Налоговая ответственность проявляется в виде налоговых санкций, установленных в форме денежных взысканий в определенных размерах, которые зависят от вида нарушения законодательства. Например, нарушение срока подачи заявления о постановке на учет в налоговом органе влечет за собой взыскание штрафа в размере 10 тысяч рублей. Под административной ответственностью подразумевается применение уполномоченными органами к нарушившим законодательство о налогах и сборах определенных мер административного права. Уголовная ответственность за нарушение налогового законодательства устанавливается только за наиболее опасные преступления, к которым можно отнести злостное уклонение от уплаты разного рода налогов, таможенных платежей в особо крупных размерах.

Нельзя обойти стороной условия привлечения к ответственности за совершение налогового правонарушения. Все они прописаны в статье 108 Налогового Кодекса. Условия привлечения к ответственности дополняют мотив правонарушения, дабы нарушитель налогового законодательства в полной мере ответил за свое деяние. Предъявляемые обвинения о нарушении законодательства о налогах и сборах, конечно же, не всегда бывают обоснованными (Субсидия, полученная налогоплательщиком из бюджета субъекта РФ, не рассматривается в целях налогообложения по НДС как субсидия, предоставленная из федерального бюджета. Определение ВС РФ от 19.11.2015 № 310-КГ15-8772 по делу № А09-8245/2014). С другой стороны, налоговые органы в ходе проверок нередко раскрывают факты серьезных правонарушений (Решение арбитражного суда г. Москвы от 24.05.16 по делу А40-249895/2015 о правомерном доначислении налогов сети ресторана «Тарас Бульба». в размере 1 млрд.руб. Налоговый орган доначислил налоги, имея свидетельскую информацию о неотражении выручки в кассе). Поэтому также российским законодательством предусмотрены обстоятельства, смягчающие, отягчающие или вовсе исключающие ответственность за совершение налогового правонарушения [3].

Вопрос налоговых правонарушений во все времена будет оставаться актуальным. Каждая действующая организация считает одной из своих главных целей максимизацию прибыли и минимизацию расходов. Некоторые пытаются делать это незаконными способами. Обширная законодательная база,

но в то же время несовершенная, позволяет это делать. В разные временные промежутки картина налоговых правонарушений выглядело по-разному. В 90-е годы XX века из-за перестройки экономической и политической систем, перехода к новым формам государственного управления, проходящим в условиях отставания законодательства от реально происходящих в обществе экономических процессов, государство недополучало в среднем 30% налоговых поступлений, что свидетельствует о налоговой криминализации [6]. Несомненно, со временем практика налоговых правонарушений позволила усовершенствовать систему наказаний, саму налоговую систему и законодательную базу, и чтобы проанализировать нынешнее состояние налоговых правонарушений, методы их раскрытия, следует обратиться к статистике.

Большую часть налогов страны уплачивают действующие на ее территории организации, соответственно самыми часто скрываемыми налогами являются налог на добавленную стоимость, налог на прибыль, налог на имущество (к примеру, в структуре консолидированного бюджета РФ за 2016 год, доля НДС составляла 18,6%, налога на прибыль – 17,9%, а налога на имущество – 18,1%). В случае с НДС, это может быть неправомерное занижение налоговой базы, необоснованное применение нулевой ставки и тому подобное. Наиболее распространенными нарушениями в части налога на прибыль выступают неполное отражение в отчетности доходов от реализации, неверные суммы от сданного в аренду имущество, завышение расходов. Что касается налога на имущество, то здесь организации зачастую занижают среднегодовую стоимость имущества, находящегося во владении, неправомерное применение льгот, установленных законодательством. Также бывают случаи, когда организации используют упрощенную систему налогообложения, не обладая на то никакими правами, не попадая под критерии, установленные в Налоговом Кодексе Российской Федерации. Обычные граждане, по собственной воле или нет, тоже могут нарушить налоговое законодательство посредством непосредственно неуплаты налогов или непредоставлении налоговой декларации.

С 2012 года Федеральная налоговая служба плотно сотрудничает со Следственным комитетом Российской Федерации. Это позволило более качественно вести борьбу с налоговыми правонарушениями, так как акты проведения налоговых проверок и их результаты, документально оформленные, и в которых содержатся сведения о налоговом правонарушении, могут явиться основанием для возбуждения дела, не прибегая к дополнительным проверкам следственных органов. Взаимодействие ФНС и СК РФ стало возможным из-за различий в налоговом и уголовном законодательстве, так как не все налоговые правонарушения можно было толковать как уголовные деяния. Именно поэтому в феврале 2012 года было подписано соглашение о взаимодействии СК РФ с ФНС [2]. Раньше уголовные дела могли возбуждаться только по материалам, предоставленным налоговыми органами. Соглашение между Следственным Комитетом и Федеральной налоговой службой послужило отправной точкой в реформировании системы выявления налоговых правонарушений. За последние 5 лет число уголовных дел по налоговым преступлениям выросло, и как следствие, выросла доля возмещаемого ущерба. В период с 2011 по 2018 годы в СК РФ поступило более 60 тысяч материалов по возможным налоговым преступлениям, по 15 тысячам из них были возбуждены уголовные дела. В период с 2011 по 2013 годы возбуждались дела по каждому шестому налоговому правонарушению, тогда как по итогам 2017 – по каждому второму. Также на 25% увеличилось число камеральных проверок. На 30% увеличились доначисления по результатам выездных налоговых проверок. За 2016 год в бюджет было доначислено 102 млрд. руб., что вдвое больше, чем за 2014 год и на 25% больше, чем за 2015. Положительная динамика раскрытия налоговых правонарушений стала возможной благодаря разоблачению наиболее изощренных схем неуплаты налогов. Выпущенные в июне 2017 года совместно с СК РФ и ФНС методические рекомендации как раз таки содержат признаки различных схем ухода от налогов: искусственное дробление бизнеса, применение фиктивных сделок, подмена одного вида договора на другой и еще множество различных признаков. Следственным комитетом с налоговой службой выработаны общие методики сбора доказательственной базы умысла налогоплательщика на неуплату налогов. Кроме того, выстроены механизмы возбуждения и расследования уголовных дел до завершения мероприятий налогового контроля, что позволяет уголовно-процессуальными средствами блокировать вывод имущества от взыскания налоговой недоимки. Особо важным фактором увеличения числа раскрываемых налоговых правонарушений стало

внедрение программы АСК-НДС. Она позволяет напрямую по каналам электронным связи отправлять данные в базу ФНС. Программа сопоставляет НДС, начисленный продавцом и НДС, принятый к вычету покупателем, и выявляет расхождения. В настоящее время меняется вектор проведения налоговых проверок: проверки предприятий проводятся не случайным способом, а в отношении тех, кто имеет высокий риск применения незаконных схем. В зону внимания налоговых органов стали чаще попадать крупные фирмы. Это стало следствием изменения законодательства, когда были повышены пороговые значения сумм неуплаченных налогов, с которых наступает уголовная ответственность. Это во многом объясняет увеличение размеров причиненного и возмещаемого ущерба.

Современная политика в сфере налоговых правонарушений дает положительный результат. Проводимые налоговыми органами совместно с органами исполнительной власти мероприятия помогают вычислять все больше и больше нарушителей. И чтобы эта тенденция сохранялась на перспективу, возможно, стоит ужесточить меры наказания за неуплату налогов (повысить суммы штрафов и пеней, расширить критерии по привлечению нарушителей к уголовной ответственности). По моему мнению, немало важной доработкой станет внедрение «черного списка» злостных уклонистов, дабы повысить внимание налоговых органов к этим организациям либо физическим лицам. Возможно, стоит определить приоритетные направления ФНС по выявлению факторов, оказывающих наибольшее влияние на масштаб уклонения от налогов. Опираясь на статистические данные, определить отрасли производства, где часто выявлялись случаи налоговых правонарушений, чтобы налоговики более тщательно вели проверки. Думаю, стоит повысить количество внеплановых проверок, чтобы у налогоплательщиков было меньше соблазна скрыть суммы налогов. Стоит также совершенствовать уже имеющиеся автоматизированные системы контроля и разрабатывать новые. Это не значит, что они исключают человеческий фактор, наоборот, дополняют, а значит, проверки и выявления нарушений будут в два раза эффективнее. Ну и самой важной реформой в сфере налоговых правонарушений стало взаимодействие ФНС с СК РФ и МВД. Упорядоченное взаимодействие между этими органами позволило эффективно контролировать налоговые правонарушения и преступления, раскрывать их и добиваться доначисления налогов в бюджет. Вместе с этим ускорился процесс вынесения решений по делам о налоговых правонарушениях.

Современные формы и методы по обнаружению и пресечению налоговых правонарушений не нуждаются в кардинальных изменениях. Сейчас система по пресечению уклонения от налогов работает стабильно и эффективно. Возможно, стоит пересмотреть статьи Налогового и Уголовного кодексов по части этих самых нарушений. За последние пять лет раскрываемость налоговых преступлений увеличилась в разы, соответственно число недобросовестных налогоплательщиков увеличилось. Организации и обычные граждане государства стали более ответственно подходить к вопросу уплаты налогов, поскольку понимают, какие потери могут понести за свои деяния.

Список литературы

1. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 31.07.1998 N 146-ФЗ.
2. www.sledcom.ru
3. Борьян Ю.Б. Налоговые правонарушения и ответственность. М.: Экономика, 2015. - 204.
4. Мудрых В.В. Ответственность за нарушения налогового законодательства. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 319 с.
5. Клейменова М.О. Налоговое право: Учебное пособие/ М.О. Клейменова-М.,-2013., Ст.234.
6. Карцева М.С. Статистика налоговых правонарушений в Российской Федерации, мероприятия по предупреждению налоговой преступности: Научная статья. – 2014г.

УДК 343.35

МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ ПРИ ВЫЯВЛЕНИИ ФАКТОВ КОРРУПЦИИ

САЛЬНИКОВ АНДРЕЙ ГЕННАДЬЕВИЧ

студент

ФГАОУ ВО «СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Аннотация: В данной статье рассмотрены методы контроля при выявлении фактов коррупции, ведение активной борьбы с коррупцией всех стран мира. Обозначен вопрос негативного воздействия коррупции для страны. Представлены антикоррупционные меры и наказания к служащим и к результатам их деятельности.

Ключевые слова: коррупция, финансовый контроль, противодействие коррупции, методы борьбы с коррупцией, Конвенция ООН против коррупции.

CONTROL METHODS FOR REVEALING THE FACTS OF CORRUPTION

Sal'nikov Andrey Gennad'evich

Abstract: This article describes the methods of control in the detection of corruption, conducting an active fight against corruption in all countries of the world. The issue of the negative impact of corruption on the country is highlighted. Anti-corruption measures and punishments to employees and to results of their activity are presented.

Keywords: corruption, financial control, anti-corruption, methods of fighting corruption, UN Convention against corruption.

Коррупция – это проблема современной России. По данным международного Индекса восприятия коррупции Россия входит в 50 самых коррумпированных стран мира. При этом большую часть осужденных за коррупционные действия составляют мелкие взяточники, в то время как крупные продолжают заниматься незаконными действиями. Коррупция (ст. 290 УК РФ) – это одно из тех немногих преступлений, ответственность за которые предполагает применение существенных штрафных санкций, размер которых определяется, исходя из суммы полученной взятки.

Определение понятия «коррупция» приведено в Федеральном законе от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ «О противодействии коррупции». Коррупцией считается злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами, а также совершение указанных деяний от имени или в интересах юридического лица.

В сфере борьбы с преступностью коррупционные действия занимают особое место. Серьезную угрозу для общества представляет коррупция в сфере государственного управления. Стала нормой готовность людей давать взятки должностным лицам, для того, чтобы, во-первых, ускорить решение интересующего их вопроса и избежать траты времени, походов по разным инстанциям для получения каких-либо документов, во-вторых, в качестве благодарности за предоставленную услугу, которую это лицо и без того должно оказывать в связи со своими служебными обязанностями. Люди в своем поведении с самого начала психологически настроены на решение тех вопросов незаконным путем.

Рассматривая коррупцию, можно выделить ряд факторов, оказывающих влияние на характер ее функционирования. К таким факторам можно отнести бюрократизм, параллелизм в работе, громоздкость структуры, излишняя заорганизованность, несовершенство ведомственных правовых норм, регулирующих борьбу с коррупцией, отсутствие общественного контроля, слабость нравственно-этических норм у части лиц, занимающих служебные должности, низкий уровень их правового сознания и т.д.

Федеральный закон от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ «О противодействии коррупции» в состав коррупции включил злоупотребление служебным положением, дачу и получение взятки, злоупотребление своими полномочиями, коммерческий подкуп или иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения.

Финансовый контроль указывается в международных нормативных правовых актах как одна из наиболее эффективных антикоррупционных мер, он является одним из действенных средств выявления и предупреждения коррупционных преступлений и других преступлений.

В Федеральном законе от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ «О противодействии коррупции» термин «финансовый контроль» не употребляется. Однако о предупреждении коррупции мерами финансового контроля говорится в модельном законе «О борьбе с коррупцией», принятым Постановлением Межпарламентской Ассамблеи государств — участников СНГ от 3 апреля 1999 г. № 13-4.

Финансовый контроль является важной мерой предупреждения и раскрытия коррупционных правонарушений, в том числе хищений, совершенных лицом с использованием своего служебного положения, корыстных злоупотреблений служебными полномочиями и их превышения, а также противоправных деяний, совершенных служащими за взятки. Результаты финансового контроля могут послужить основными доказательствами коррупционных проявлений.

Цель финансового контроля — обеспечение законности и эффективности финансовой деятельности, в частности использования бюджетных и внебюджетных финансовых средств и собственности. Также, его целью выявление нарушений финансового законодательства, с тем, чтобы выявить причины и осуществить мероприятия по предупреждению таких нарушений, иметь возможность привлечь нарушителей-коррупционеров к соответствующей ответственности, возместить причиненный ими ущерб.

В Федеральном законе «О противодействии коррупции» назван только один специальный субъект финансового контроля, противодействующий коррупции,— Счетная палата РФ. Она является постоянно действующим высшим органом внешнего государственного аудита (контроля), образуемым Федеральным Собранием РФ, и подотчетным ему. В соответствии с п. 7 ст. 5 Федерального закона «О противодействии коррупции» и п. 9 ст. 5 Федерального закона от 5 апреля 2013 г. № 41-ФЗ «О Счетной палате Российской Федерации» одной из задач Счетной палаты РФ является обеспечение в пределах своей компетенции мер по противодействию коррупции.

«Конвенция ООН против коррупции», принятая Генеральной Ассамблеей ООН 31 октября 2003 г., обязывает каждое государство, являющееся ее участником, устанавливать надлежащие меры по содействию прозрачности и отчетности в управлении публичными финансами, которые охватывают:

- а) процедуры утверждения национального бюджета;
- б) своевременное представление отчетов о поступлениях и расходах;
- в) систему стандартов бухгалтерского учета и аудита и связанного с этим надзора;
- г) эффективные и действенные системы управления рисками и внутреннего контроля (п. 2 ст. 9).

Отдельные функции по противодействию коррупции выполняет Министерство финансов РФ. В настоящее время согласно п. 2 Положения о Министерстве финансов РФ, утвержденного Постановлением Правительства РФ от 30 июня 2004 г. № 329, министерство осуществляет координацию и контроль деятельности находящихся в его ведении Федеральной налоговой службы, Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка, Федеральной таможенной службы и Федерального казначейства. Специальным субъектом финансового контроля является Федеральная служба по финансовому мониторингу (Росфинмониторинг). Деятельность этой службы регламентирована Положением о Федеральной службе по финансовому мониторингу, утвержденным Указом Президента РФ от 13 июня 2012 г. № 808 «Вопросы службы по финансовому мониторингу».

Росфинмониторинг осуществляет полномочия, перечисленные в ст. 5 Положения, в том числе:

- участвует в противодействии коррупции в соответствии с законодательством РФ (подп. 4.1 п. 5);
- контролирует операции (сделки) с денежными средствами или иным имуществом (подп. 7 п. 5);
- разрабатывает и реализует меры, направленные на предупреждение, выявление и пресечение незаконных финансовых операций (подп. 9 п. 5);
- предоставляет в целях противодействия коррупции определенным Президентом РФ должностным лицам имеющуюся информацию об операциях (сделках) с денежными средствами или иным имуществом, а также иную информацию, полученную в установленном порядке (подп. 17.5 п. 5).

В настоящее время активную борьбу с коррупцией ведут практически все страны мира, а те, кому удалось совладать с ней, контролируют это и проводят регулярную профилактику. Начали борьбу с коррупцией и международные организации, пример тому – ООН и Transparency International. Наиболее лучшие результаты в данной ситуации наблюдаются в таких странах, как Сингапур, Гонконг, Дания, Швеция.

Единого подхода к искоренению данной проблемы не существует, основная идея у всех подходов одна — чтобы свести уровень коррупции к минимуму, нужно устранить все факторы, которые делают её существование возможным.

Вероятно, самым радикальным методом борьбы с коррупцией является абсолютное обновление всей системы – распустить власть, провести реформы в судебной системе, переписать основы государственного управления.

Также, выделяют еще 3 действенных метода борьбы с коррупцией:

- ужесточение наказаний за подобные преступления, а также создание условий для своевременного обнаружения и пресечения факта коррупции;
- создание экономических механизмов, позволяющих должностным лицам увеличить свои доходы, не нарушая правила и законы;
- усиление влияния рыночной экономики, что способствует уменьшению размера потенциальной выгоды от коррупции.

Из инновационных методов борьбы с коррупцией необходимо выделить возможность внедрения технологии блокчейн для хранения публичных данных. В 2017 году технологию начали тестировать в правительствах отдельных стран. Эксперты уверены, что внедрение блокчейна может предельно снизить возможность осуществления нелегальных коррупционных схем благодаря хранению информации в открытом реестре.

В настоящее время, в рамках снижения коррупции в органах государственной власти целесообразным является проведение мероприятий по ротации кадров, декларированию имущества лиц, занимающих государственные должности, а также государственных служащих, по осуществлению контроля как за доходами, так и за расходами вышеуказанных лиц, усилению материальной и финансовой заинтересованности работников, пересмотру должностных регламентов и т.д. Основная цель этих мероприятий — снижение степени свободы для конкретного чиновника, вошедшего в список коррупциогенных должностей, что является одним из условий снижения коррупционных рисков.

Список литературы

1. Антикоррупционное законодательство: сб. норматив. правовых актов / сост. В. И. Жильцов. — М.: Проспект, 2017. — 512 с.
2. Государственный финансовый контроль: учебник / под общ. ред. Н. М. Сабитовой. — М.: Рид групп, 2012. — 512 с.
3. Крохина, Ю. А. Финансовое право России / Ю. А. Крохина. — М.: ИНФРА-М, 2011. — 720 с.
4. Максимов, С. В. Коррупция и новая антикоррупционная политика России / С. В. Максимов. — М.: ЮрИнфоР, 2014. — 224 с.
5. Родионова, В. М. Финансовый контроль: учебник / В. М. Родионова, В. И. Шлейников. — М.: ФБК-Пресс, 2002. — 320 с.
6. Степашин, С. В. Государственный финансовый контроль: учеб. для вузов / С. В. Степашин, Н. С. Столяров, С. О. Шохин.

УДК 331.56

FEATURES OF ACCOUNTING IN RAILWAY TRANSPORT AND ITS PRIORITIES FOR ITS DEVELOPMENT

ЯХШИКУЛОВА МОХИНУР ТОХИР КИЗИ

студентка экономического факультета

БАБАХАНОВА НИЛЮФАР УСМАНЖАНОВНА

старший преподаватель кафедры бух. Учёт

Ташкентский институт инженеров железнодорожного транспорта

Аннотация: В данной статье рассматриваются роль железнодорожного транспорта в экономике Узбекистана, трансформация на железнодорожном транспорте и особенности бухгалтерского учета.

Ключевые слова: железнодорожные перевозки, бухгалтерия, экономика, международные стандарты.

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ И ЕГО ПРИОРИТЕТЫ ДЛЯ ЕГО РАЗВИТИЯ

**Yakhshikulova Mokhinur Tokhir kizi,
Babakhanova Nilufar Usmanjanovna**

Abstract: This article discusses the role of railway transport in the economy of Uzbekistan, the transformation in rail transport and features of accounting.

Key words: railway transportation, accounting, economics, international standards.

Any enterprise, regardless of its structure, type of activity, is the basis of its development and prosperity accounting. In particular, the main purpose of accounting is to provide information on management decisions of internal and external users. These decisions are directly related to the efficient use and proper adaptation of economic resources. Proper distribution of resources and their efficient use directly impact the indicators of the product (work, service), wages of the workers of the enterprise.

The main purpose of this is to ensure that any enterprise, organization, has a direct impact on the state of the economy. In the process of liberalization of the economy, accounting is the basis of the necessary information, which is the basis for the management of the various entities, their management, control and analysis of operations and the basis of prompt decisions by the administration. It is important to establish and maintain accounting standards in the Republic of Uzbekistan in line with international standards, as well as introduce the most fundamental principles for the accounting system in the economically developed countries. It should be noted that the railroad transport is the main artery of our country and has a high prestige in the transport market. After gaining independence, Uzbekistan pays great attention to the development of its economy.

In particular, many things are being done to develop the railway transportation industry. In particular, the electrification of railway sections is being carried out, the commissioning of the Angren-Pop section of the railroad, which occupies an important place in the history of railways, has been commissioned this year, as well as the high-speed train "Afrosiyob" with the routes Tashkent-Samarkand and Tashkent-Bukhara service is a clear example of this. Therefore, to achieve the objectives of the railroad companies today, it is necessary to effectively manage their business activities, ie to plan, organize, forecast, analyze, analyze and control their

activities and processes.

The liberalization of the economy seriously affects the organization and maintenance of accounting in enterprises. Establishment of accounts in enterprises is carried out independently based on existing financial legislation and other normative documents. The essence of the new accounting approach is that the accounting policy, based on the general rules established by the state, will develop an independent accounting policy for the company to perform its major accounting objectives. Financial planning is carried out on the basis of information provided by accounting. Financial planning, on the other hand, aims to provide realistic return on financial resources. This is related to the possibility of increasing the capital productivity of funds borrowed or financially secure.

For this purpose, the cost of material resources used in planning, wages, budgets for budget and off-budget funds, capital investment, purchasing of fixed and current assets, training of personnel for production and other financing needs are predetermined is done.

At the same time, in the course of railway transportation, works are carried out to carry out the accounting of the sphere of railway transport, as well as other enterprises, in accordance with international standards for the preparation of financial reports. President of the Republic of Uzbekistan I.Karimov has signed the Law of the Republic of Uzbekistan "On Railway Transport". A. The Decree of the President of the Republic of Uzbekistan of April 24, 2015 № PF № 4720 "On Measures for Implementation of Modern Corporate Governance Methodology in Joint Stock Companies" also influenced the financing of railway transportation. The radical transformation of corporate governance principles and approaches in 2015 made a significant contribution to ensuring real market characteristics and relieving conservative views.

The activities of all joint-stock companies were resumed and resulted in the adoption of decisions on the liquidation of 462 companies or 43% of them for liquidation or other organizational-legal form. Special attention is paid to the attraction of investments for the implementation of projects on structural transformation of the economy of the country, modernization, technical and technological renewal of the sectors.

67.1% of investments were directed to the construction of new production capacities. This allowed to complete and put into operation the construction of 158 large production facilities totaling \$ 7 billion 400 million in 2015. The question of what to do with it is to answer the following question: the main purpose of any undertaking is to improve its performance, to develop it, and to increase its profits. For this purpose, its material base, quality of products (works, services) must meet modern requirements.

Income from the main economic activity is the income during the period arising in the ordinary course of business of an economic entity, when these revenues lead to an increase in equity, except for those increases associated with the contribution of the owners to their own capital. Income from the main economic activity consists only of gross receipts received or to be received by an economic entity in its account. Income from the main economic activity is estimated at the cost of the proceeds (reimbursement) received or receivable at current prices. The amount of income is the amount of cash received or receivable or cash equivalents. However, when cash receipts or cash equivalents are deferred, the value of the benefits at current prices may be less than the nominal amount received or to be received by the funds.

One of the best ways to do this is to attract investors. Any investor will be interested in what he / she is doing to attract his / her own capital to any business, and will be required to familiarize himself / herself with all the details of the enterprise. As noted above, railroad transportation is a large network of our country and it is expedient to attract foreign investors to develop it. We know that accounting abroad is based on international standards.

So, if we want to attract foreign investors, all the financial statements of the enterprise are based on international standards, allowing foreign investors to get acquainted with our activities and get acquainted with the accounting records of the enterprise. Because, when compiling financial statements that are compliant with international standards, all the information is compiled based on their comments.

References

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 24 апреля 2015г. №УП-4720 «О мерах по внедрению современных методов корпоративного управления в акционерных обществах».

2. Ключников С.В. Принципы построения системы управленческого учета в корпорациях// Вестник СГСЭУ. 2007. №17
3. Красов А.П., Вовк А.А. и др. Бухгалтерский финансовый учет на железнодорожном транспорте: учебник для вузов железнодорожного транспорта/ под. ред. А.П. Красова. М.: Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2008.

УДК 34.096

ОСОБЕННОСТИ УПЛАТЫ НДС ИНОСТРАННЫМИ ГРАЖДДАНАМИ

АРСЕНТЬЕВ АЛЕКСЕЙ МИХАЙЛОВИЧ

студент

Тихоокеанский государственный университет
г. Хабаровск

Аннотация: В статье анализируется статус иностранных граждан как субъектов налоговых правоотношений, и уплата ими налога на добавленную стоимость. Раскрываются понятия «налогоплательщик», «налоговая правосубъектность», «организации», «физические лица». Рассматриваются меры государства по избежанию неуплаты иностранцами налогов и современные реалии данной проблемы.

Ключевые слова: налоги, иностранные граждане, налог на добавленную стоимость, НДС, уклонение от уплаты налогов.

FEATURES OF VAT PAYMENT BY FOREIGN CITIZENS

Arsentyev A. M.

Abstract: The article analyzes the status of foreign citizens as subjects of tax legal relations and the payment of value added tax by them. The concepts of “taxpayer”, “tax legal personality”, “organization”, and “individuals” are disclosed. We consider the government measures to avoid non-payment of taxes by foreigners and the current realities of this problem.

Keywords: taxes, foreign citizens, value added tax, VAT, tax evasion.

Рассуждая на тему формирования профицита федерального бюджета, основное внимание стоит направить на налоги государства. Именно данная статья доходов является наиболее крупной и важной для формирования сильной и независимой экономики государства. Ни для кого не секрет, что субъектами уплаты налогов, в частности налога на добавленную стоимость (далее – НДС) являются как граждане Российской Федерации, так и иностранные бизнесмены.

Налог на добавленную стоимость обеспечивает, по некоторым подсчётам, примерно треть всех доходных поступлений в бюджет нашей страны. Согласно статистики, за 2017 год сумма НДС составила 3,1 трлн. рублей. Одной из особенностей данного налога является то, что он стабилен, о чём свидетельствует показатель доли НДС в ВВП в количестве 5%.

Не исключено, однако, что процедура исчисления данного налога – одна из самых сложных для совершения данной операции требуются углубленные познания, высокая квалификация персонала. В связи с этим возникают определённые проблемы. Проблемы возникают не только у налогоплательщиков – иностранных граждан, но и у государства. Государство теряет часть бюджета из-за действий налогоплательщиков, желающих избежать уплаты или вовсе снизить сумму налога, которые создают в цепочке поставок товаров подконтрольные посреднические фирмы-«однодневки». Использование налогоплательщиками «обходных» схем, фактические пополнения бюджета страны гораздо ниже предполагаемых.

Существует позитивная тенденция внесения изменений в соответствующую главу Налогового кодекса Российской Федерации. Внесение поправок и уточнений, направлены на совершенствование администрирования НДС. Так, в течение 2014-2015 годов произошли существенные изменения в учете

и оформлении счетов-фактур для ряда категорий налогоплательщиков, которые позволили упорядочить в целях налогового администрирования цепочку операций, облагаемых НДС [1].

С 2015 года введен такой новый институт налогового администрирования НДС, как расширенное электронное декларирование по НДС. Налогоплательщики НДС, которыми, согласно кодексу, являются граждане РФ, иностранные бизнесмены и компании, ведущие экономическую деятельность в России, должны включать в налоговую декларацию по НДС сведения из книг покупок и продаж, а также сведения из журнала учета счетов-фактур в случае выставления или получения счетов-фактур при осуществлении посреднической деятельности [2]. Это позволяет объединить в единой базе данных о всех покупках и продажах в Российской Федерации около 15 млрд. документов.

Согласно ст. 11 НК, «организации — это юридические лица, образованные в соответствии с законодательством РФ (российские организации), а также иностранные юридические лица, компании и другие корпоративные образования, обладающие гражданской правоспособностью, созданные в соответствии с законодательством иностранных государств, международные организации, их филиалы и представительства, созданные на территории РФ (иностранная организация)» [1]

В соответствии со ст. 11 НК, физические лица — это граждане Российской Федерации, иностранные граждане и лица без гражданства.

Следует отметить, что налогоплательщиками, помимо организаций и физических лиц, являются также индивидуальные предприниматели, к примеру, при уплате налога на добавленную стоимость в соответствии со ст. 143 НК., также, российское законодательство о налогах и сборах не всегда надлежащим образом регулирует вопросы правосубъектности налогоплательщиков [3].

К примеру, в НК отсутствуют важные положения об использовании контролируемых иностранных компаний, офшорных зон, о незаконном использовании соглашений об избежании двойного налогообложения.

В связи с этим, соглашаясь с утверждением Г. Лета о том, что Налоговый кодекс Российской Федерации не закрепляет норм, раскрывающих содержание правоспособности налогоплательщиков, следует отметить, что в результате неопределенности законодательства о налогах и сборах, закрепляющего положения о правосубъектности налогоплательщиков, неизбежно возникают споры между налоговыми органами и налогоплательщиками [4, с. 21].

В связи с этим вызывает интерес опыт Германии в области регулирования некоторых аспектов правосубъектности налогоплательщиков. Так, согласно ст. 41 и 42 Закона о сборах налогоплательщикам запрещено злоупотреблять принципом свободы договора, т.е. теми возможностями, которые им предоставляет гражданское право при заключении сделок. Практика такова, что на деле, реализация ст. 41 и 42 Закона о сборах, «совершенные сделки не признаются недействительными, но в соответствии с принципами, изложенными в ст. 41 и 42 Закона о сборах, им дается иная налоговая оценка, чем та, к которой стремились стороны». [5, с. 35].

В результате следует отметить, что закрепление в Налоговом кодексе Российской Федерации положений о правосубъектности налогоплательщиков представляется неотъемлемым условием совершенствования законодательства о налогах и сборах

Как показала практика, по состоянию на 2017 год, ужесточение контроля налоговых органов за своевременностью внесения иностранными налогоплательщиками сумм налога, вне зависимости от увеличения сроков проверки обоснованности сумм НДС (в том числе), подлежащих возмещению, не имеет позитивного характера.

На настоящий момент в части совершенствования администрирования НДС существует много как глобальных, так и точеных нерешенных проблем, требующих внесения изменений в законодательство о налогах и сборах.

Согласно пункту 4 статьи 174 Кодекса если местом осуществления работ (услуг) является Российская федерация, иностранные налогоплательщики, которые по своей воле не состоят на налоговом учёте, уплачивают налог через налоговых агентов одновременно с фактом передачи денежных сумм налогоплательщиком.

В банк платежное поручение на перечисление НДС представляется в рублях по курсу на дату платежа. Банковскую проверку по платежам за рубеж, особенно по электронному документообороту, не

проходят 10-20% документов. Откорректированный платеж, как правило, осуществляется в другой день, а значит, НДС в российский бюджет должен быть уплачен по иному курсу. По лицевому счету налогового агента возникают несущественные разницы, которые трудно администрируются, затрудняют сверку с налоговым органом, усложняют проверку исполнения компанией обязательств налогового агента, "перегружают" лицевой счет [3].

Целесообразно следующим образом уточнить редакцию пункта 4 статьи 174 Кодекса: "В случаях реализации работ (услуг), местом реализации которых является территория Российской Федерации, налогоплательщиками-иностранцами лицами, не состоящими на учете в налоговых органах в качестве налогоплательщиков, уплата налога производится налоговыми агентами в день, следующий за днем выплаты (перечисления) денежных средств таким налогоплательщикам по курсу Центрального Банка Российской Федерации, действующему на дату платежа иностранному лицу" [3].

В связи с этим статья 149 Кодекса, в которой перечислены товары (работы, услуги), реализация которых освобождается от уплаты НДС, нуждается в существенной переработке как с точки зрения содержания, так и структуры. Необходимо внести корректировку, позволяющую разграничить операции социального характера от операций, которые осуществляются по особым правилам. При этом право на добровольный отказ от освобождения должно быть предусмотрено только для второй группы операций. Группа социально-значимых объектов должна освобождаться в обязательном порядке. Такая мера одновременно позволит навести порядок с администрированием льгот.

Необходимо обратить внимание и на существующий относительно с недавнего времени союз ЕАЭС, и проблему дифференциации ставок налога на добавленную стоимость в рамках данного союза. На настоящий момент в государствах-членах ЕАЭС ставки налогов, называемых «косвенными», не совпадают, а их взимание привязано к стране назначения налогов. Импортируя товар, Российская Федерация уплачивает НДС в размере 10% и 18%, в зависимости от того, какой вид товара ввозится. Обращая внимание на стран-участниц союза, Республика Казахстан, например, установила НДС в размере 12%, а Республика Беларусь - 20%.

Необходима кооперация таможенных и налоговых органов государств-членов ЕАЭС в рамках существующего союза ради унификации ставок НДС. Создание равных условий осуществления бизнеса и установления режима наибольшего благоприятствования при проведении процедуры уплаты налогов позволит поднять на новый уровень международные отношения и дать ход успешному администрированию косвенных налогов.

Учитывая вышеизложенное, необходимо провести оценку эффективности действующих льгот и освобождений по уплате НДС с целью их уточнения и отмены неэффективных; уточнить порядок уплаты НДС налогоплательщиками-иностранцами лицами, не состоящими на учете в налоговых органах в качестве налогоплательщиков, в случаях реализации работ (услуг) на территории Российской Федерации в части даты уплаты налога налоговыми агентами.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 01.05.2019) // Российская газета. – N 148-149. – 06.08.1998.
2. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части противодействия незаконным финансовым операциям: федер. закон от 28.06.2013 N 134-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.01.2018)
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 01.05.2019) // Собрание законодательства РФ. – 07.08.2000. – N 32. – ст. 3340.
4. Г. Лета. Законное и незаконное снижение налоговых платежей: постановка проблемы и подходы к ее решению // Налоговая политика и практика. — 2005. — №2.
5. С.Е. Смирных. Правосубъектность налогоплательщиков: национальные и международно-правовые аспекты // Журнал Вестник Российского университета дружбы народов. – Юридические науки. – 2006

УДК 330.1

МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ВЫБОРЫ В СИСТЕМЕ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

МАРКОВА ГАЛИНА ИВАНОВНА

старший преподаватель

ОНДАР СНЕЖАНА БУЯНОВНА

студентка

ФГБОУ ВО «Тувинский государственный университет»

Аннотация: Данная статья посвящена изучению муниципальных выборов. Рассматриваются значение, процесс организации проведения муниципальных выборов и принципы ее проведения.

Ключевые слова: местное самоуправление, муниципальные выборы, население, муниципальное управление.

MUNICIPAL ELECTIONS IN THE SYSTEM OF LOCAL SELF-GOVERNMENT

Markova Galina Ivanovna,**Ondar Snezhana Buyanovna**

Abstract: The significance, the process of organizing municipal elections and the principles of its conduct are considered.

Key words: local government, municipal elections, population, municipal government.

Муниципальные выборы являются второй важнейшей формой прямой демократии при осуществлении местного самоуправления. Данная форма непосредственного осуществления населением местного самоуправления используется значительно чаще других. Муниципальные выборы выполняют функцию легитимизации публичной власти на уровне, максимально приближенном к гражданам. Зачастую они являются единственным каналом влияния населения на муниципальную власть.

В соответствии с Федеральным законом п. 9 ст. 2 «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» выборы – форма прямого волеизъявления граждан, осуществляемого в соответствии с Конституцией РФ, уставами муниципальных организаций в целях формирования органа государственной власти, органа местного самоуправления или наделения полномочиями должностного лица.

В Федеральном законе п. 1 ст. 23 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» уточняется, что муниципальные выборы проводятся в целях избрания депутатов, членов выборного органа местного самоуправления, выборных должностных лиц местного самоуправления на основе всеобщего равного и прямого избирательного права при тайном голосовании.

Основную правовую базу проведения муниципальных выборов составляют Конституция РФ и Федеральный закон от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 01.05.2019) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

Гарантии избирательных прав граждан при проведении муниципальных выборов, порядок назначения, подготовки, проведения, установления итогов и определения результатов муниципальных выборов устанавливаются федеральным законом и принимаемыми в соответствии с ним законами субъектов РФ.

Законом субъекта РФ устанавливаются виды избирательных систем, которые могут применяться при проведении муниципальных выборов, и порядок их применения. В соответствии с установленным

законом субъекта РФ видами избирательных систем уставом муниципального образования определяется та избирательная система, которая применяется при проведении муниципальных выборов в данном муниципальном образовании.

Законом субъекта РФ могут определены условия применения видов избирательных систем в муниципальных образованиях в зависимости от численности избирателей в муниципальном образовании, вида муниципального образования и других обстоятельств.

Под избирательной системой в Федеральном законе «Об общих принципах организации местного самоуправления» понимаются условия признания кандидата, кандидатов избранными, списков кандидатов – допущенными к распределению депутатских мандатов, а также порядок распределения депутатских мандатов между списками кандидатов и внутри списков кандидатов.

Избирательное право в Российской Федерации опирается на определенные принципы, которые закреплены в законе:

1. Принцип всеобщего избирательного права. Это означает, что граждане Российской Федерации, достигшие возраста 18 лет, имеют право избирать, а по достижении определенного возраста – быть избранными в органы государственной власти или в органы местного самоуправления. Законом определены категории граждан, которые не могут участвовать в выборах: недееспособные лица; граждане, отбывающие наказание в местах лишения свободы;

2. Принцип равногo избирательного права означает предоставление равных оснований участия в выборах граждан РФ;

3. Прямое избирательное право предусматривает, что граждане РФ голосуют на выборах за кандидатов – за или против, непосредственно;

4. Принцип тайного голосования означает, что в процессе голосования исключается возможность какого-либо контроля за волеизъявлением гражданина;

5. Принцип свободных выборов означает, что граждане участвуют в выборах добровольно, без принуждения со стороны государства;

6. Принцип периодичности и обязательности выборов означает, что, во-первых, выборы признаются единственным юридически гарантированным и легитимным способом формирования органов государственной власти и местного самоуправления, а во-вторых, выборные органы осуществляют свои полномочия в течение определенного законом срока;

Выделяют следующие виды муниципальных выборов:

1. Основные муниципальные выборы, которые можно подразделить на очередные и досрочные выборы. Очередные выборы проводятся в связи с истечением срока полномочия органа или должностного лица местного самоуправления. Досрочные выборы проводятся в случаях досрочного прекращения полномочий выборных органов и должностных лиц местного самоуправления;

2. Повторные муниципальные выборы проводятся в том случае если основные выборы были признаны несостоявшимися, недействительными, а также в других установленных законом случаях.

3. Дополнительные муниципальные выборы назначаются в одномандатном избирательном округе в случае досрочного прекращения полномочий депутата, избранного по указанному избирательному округу, а в определенных случаях – в многомандатном округе.

Процесс организации проведения муниципальных выборов включает в себя несколько этапов:

1. Назначение выборов;

2. Формирование избирательных комиссий;

3. Составление списков избирателей;

4. Образование избирательных округов и избирательных участков;

5. Выдвижение и регистрация кандидатов для избрания на выборные должности;

6. Проведение предвыборной агитации;

7. Голосование, определение результатов выборов.

Таким образом муниципальные выборы назначаются представительным органом муниципального образования в сроки, предусмотренные уставом муниципального образования. Решение о назначении выборов в орган местного самоуправления должно быть принято не ранее чем за 90 дней и не

позднее чем за 80 дней до дня голосования. Решение о назначении выборов подлежит официальному опубликованию в средствах массовой информации не позднее чем через 5 дней со дня его принятия.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации
2. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 01.05.2019)
3. Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» от 12.06.2002 N 67-ФЗ
4. Федеральный закон «Об обеспечении конституционных прав граждан Российской Федерации избирать и быть избранными в органы местного самоуправления» от 26.11.1996 N138-ФЗ
5. Местное самоуправление и муниципальное управление (2-е издание) [www.iprbookshop.ru]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Государственное и муниципальное управление», «Юриспруденция» / А. Г. Авшаров, И. А. Алексеев, И. Ф. Амельчаков [и др.]; под ред. А. С. Прудников, М. С. Трофимов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 543 с.
6. Костюков, А. Н. Муниципальное право: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Юриспруденция», «Государственное и муниципальное управление» / А. Н. Костюков. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 791 с.

УДК 338.45.01

ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА ДЕВЕЛОПЕРСКИХ ПРОЕКТОВ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

АНДРЕЕВ ВСЕВОЛОД ВЛАДИСЛАВОВИЧ

магистрант

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Аннотация: в данной статье проведен анализ управления в проектах девелопмента недвижимости. Определены и проанализированы основные аспекты и этапы, описаны инструменты процесса девелопмента. Сделаны выводы о ключевых моментах при реализации девелоперского проекта.

Ключевые слова: девелопмент недвижимости, проектный менеджмент, управление недвижимостью, девелоперы, эффективный девелопмент.

THE FEATURES OF PROJECT MANAGEMENT IN REAL ESTATE DEVELOPMENT PROJECTS

Andreev Vsevolod Vladislavovich

Abstract: in this article the management of real estate development projects is analyzed. The main aspects and stages of the projects are identified, the tools of the development process are described. The conclusions about the key points in the implementation of the development project are made.

Keywords: real estate development, project management, property management, developers, effective development.

Девелопмент недвижимости — это проект создания или реконфигурации объектов недвижимости для удовлетворения потребностей общества. Ввиду того, что строительство дорог, коммуникационных систем, жилья, офисных зданий и торговых центров требует большой работы, требуется система менеджмента для руководителей девелоперских проектов, кто должен инициировать, а затем управлять созданием, обслуживанием и возможным воссозданием пространства, в котором мы живем и работаем. Потребность в девелопменте недвижимости постоянна по мере увеличения населения, развития технологий и изменения трендов и экономических предпочтений. Ключевой точкой зрения данной статьи является то, что участники девелоперских процессов недвижимости имеют более высокую вероятность успешного достижения своих целей, если они понимают нюансы того, как работает процесс девелопмента, кто является ключевыми игроками, как строится процесс и что является консенсусом при разработке проекта.

Девелопмент недвижимости — это процесс реализации объекта строительства. Он начинается с идеи и заканчивается, когда потребители - арендаторы занимают физическое пространство, созданное командой девелоперского проекта. Каждый девелоперский проект по сути является отдельным субъектом бизнеса, использующим три фактора производства, землю, труд и капитал, для создания продукта. Чтобы воплотить идею в реальность, эти факторы координируются руководителем проекта и реализуются проектной командой. При том что определение девелопмента недвижимости является простым, процесс девелопмента становится все более и более сложным по мере смены глав муниципалитетов, изменения на финансовых рынках и предпочтений потребителей.

Процесс девелопмента обычно не происходит без инвестиций и вовлечения административных ресурсов. Девелопер работает с должностными лицами государственного сектора над разрешениями, утверждает изменения при землепланировании, ведет переговоры по снижению налоговой базы, строительным нормам и обеспечением инфраструктуры. Время и ресурсы, необходимые для проведения такой работы как, переговоров с государственным сектором и получения финансирования, должно учитываться в уравнении при оценке потенциального проекта. Проект завершается сдачей в аренду или продажей пространства арендаторам. Этот последний этап требует опыта специалистов по маркетингу, художников-графиков, продавцов, разработчиков веб-сайтов и других специалистов [1]. Девелопер старается обеспечить, чтобы каждый элемент процесса выполнялся надлежащим образом в соответствии с графиком и в рамках бюджета. Сегодня развитие требует больше знаний, чем когда-либо, о специфике перспективных рынков, закономерностях роста городов, агломераций, схем движения транспорта, правовых требованиях, местных нормативных актах, контрактах, проектировании зданий, разработке участков, методах строительства, экологических проблемах, создания инфраструктура, финансирование, контроля риском и тайм-менеджменте. Постоянно возрастающие сложности в каждой области привели к увеличению количества специалистов в составе девелоперского проекта. Поскольку процесс девелопмента стал более сложным, это породило потребность в более осведомленных и образованных девелоперах, которые способны выполнять свои функции в режиме мультизадачности (рис. 1).



Рис. 1. Основные функции девелопера

Между прочим, существует определенная модель процессов девелоперского проекта. При том что некоторые девелоперы могут по-разному представлять последовательность шагов, в реальности они не сильно отличаются от восьмиэтапной модели девелопмента недвижимости (рис. 2).

Прежде чем ознакомиться с моделью, следует подчеркнуть несколько моментов. Во-первых, процесс разработки не является ни прямым, ни линейным. Данная блок-схема может идентифицировать отдельные шаги, но ни одна модель не может зафиксировать постоянное изменение ситуации внутри и вокруг проекта. Во-вторых, девелопмент недвижимости - это искусство. Это креативный и сложный, отчасти логичный и отчасти интуитивный процесс. Изучение составляющих девелоперского проекта как в совокупности, так и в отдельности, может помочь повысить шансы проекта на успех. Чему нельзя научить, так это двум личным качествам, необходимым для успеха: креативность и драйв.

Таким образом, девелоперу важно помнить о следующих ключевых моментах управления проектом.

Девелоперы должны принимать текущие решения, полностью осознавая их последствия не только для ближайшего следующего шага, но и для всего жизненного цикла проекта. Процесс разработки требует управления взаимодействием между функциями (проектирование, строительство, финансы, управление, маркетинг и отношения с местной администрацией) на каждом из восьми этапов, а также в долгосрочной перспективе. В конечном итоге, девелопер несет ответственность за проектирование

зданий и помещений с соответствующими пакетом и классом сопутствующих услугами, которые со временем должны отвечать потребностям общества.

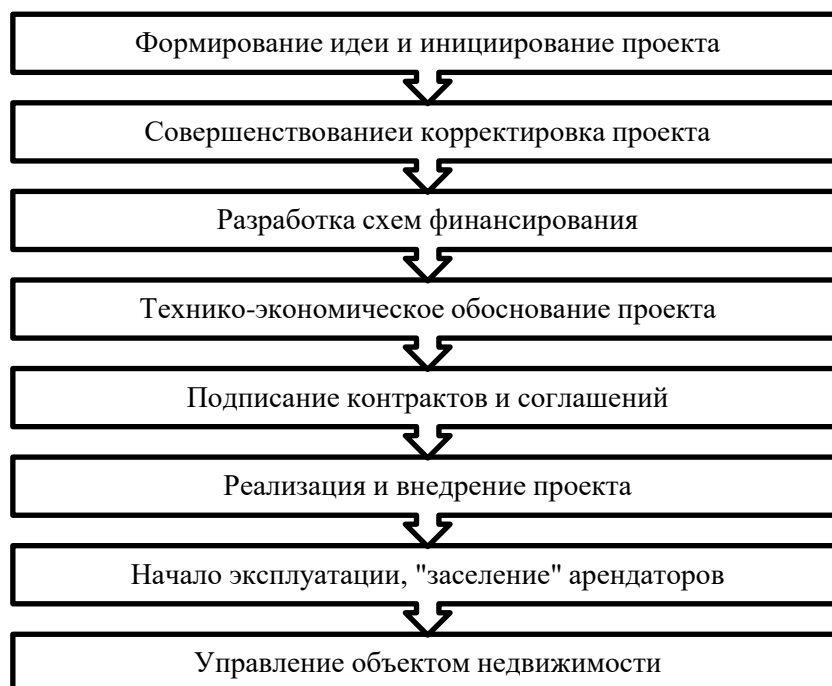


Рис. 2. Восьмизапанная модель процессов девелоперского проекта [2]

Также можно отметить, что девелопмент недвижимости - это искусство, которое требует драйва и креативности в сочетании с соответствующей гибкостью и управлением рисками.

В заключении следует сказать, что девелопмент недвижимости - это часть глобального рынка недвижимости. Источники финансирования иногда бывают глобальными, крупные арендаторы имеют международные связи, а компании, предоставляющие услуги в сфере недвижимости, работают и конкурируют на мировом рынке. Наиболее важным является то, что глобальные факторы стимулируют изменения в предпочтениях образа жизни, которые меняют то, что создают специалисты и девелоперы в окружающей нас среде.

Список литературы

1. Р. Пейзер, Д. Гамильтон: Профессиональный девелопмент недвижимости. Руководство ULI по ведению бизнеса // Urban Development Publishing (UDP), 2004 г. – 273 с.
2. Mike E. Miles, Gayle Berens, Mark Eppli: Real Estate Development: Principles and Process // Urban Land Institute, 2015 г. – 41 с.

© В.В. Андреев, 2019

УДК 339.138

ОСНОВНЫЕ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ И ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ОТЕЧЕСТВЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

НАУМОВ СЕРГЕЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ

к.э.н., доцент

ТАГИРОВ МАГОМЕДСАИД МАГОМЕДРАСУЛОВИЧ

магистр

РГЭУ (РИНХ)

Аннотация: Доминантой маркетингового управления является ориентация всего персонала компании на максимально полное удовлетворение потребностей потребителей, а, следовательно, такой процесс планирования и реализации политики ценообразования, продвижения и распределения товаров и услуг, который приведет к удовлетворению, как клиентов, так и предпринимателей. Вышеизложенное, актуализирует необходимость внедрения маркетингового управления в деятельность отечественных компаний и определения результативности этой деятельности

Ключевые слова: маркетинговое управление, концепции маркетинга, эффективность, управление.

BASIC CONCEPTS OF MARKETING: COMPARATIVE ANALYSIS AND POSSIBLE USE IN THE MANAGEMENT OF DOMESTIC ENTERPRISES

Naumov Sergey Alexandrovich,
Tairov Magomedsaid Magomedrasulov

Abstract: The dominant feature of marketing management is the orientation of the entire staff of the company to the fullest satisfaction of the needs of consumers, and, consequently, such a process of planning and implementation of pricing policy, promotion and distribution of goods and services, which will lead to the satisfaction of both customers and entrepreneurs. The above-mentioned actualizes the need to implement marketing management in the activities of domestic companies and determine the effectiveness of this activity.

Keywords: marketing management, marketing concepts, efficiency, management.

Возникновение маркетингового управления в деятельности предприятия обусловлено использованием концепции маркетинга партнерских взаимоотношений с целью максимально полного удовлетворения как потребителя, так и производителя товаров и услуг. Сущность маркетингового управления заключается в управлении деловой активностью организации, которая в своей деятельности опирается не только на свои внутренние возможности, но и учитывает внешние условия, функционируя в соответствии с требованием рынка. Благодаря этому, переход на маркетинговое управление организацией представляет собой качественно новое состояние – преобразовывается внутреннее функционирование предприятия и создаются новые методы взаимодействия с клиентами.

По мнению доктора экономических наук Шевченко Д.А., главными целями маркетинговой дея-

тельности являются [4]:

- во-первых, обеспечение оптимальной пропорциональности между спросом и предложением продукции определенного вида и ассортимента, благодаря гибкому реагированию на динамику спроса и маневрированию имеющимися ресурсами;
- во-вторых, формирование системы договорных и рыночных отношений со всеми элементами и структурами производства и потребления, как на внутреннем, так и на внешнем уровне;
- в-третьих, воздействие на производственный процесс в целях стимулирования, обновления и совершенствования ассортимента и улучшения качества выпускаемой продукции;
- в-четвертых, активный поиск новых рынков сбыта (рыночных сегментов, окон и ниш) и расширение существующих, достижение оптимального уровня социально-экономической эффективности рыночных отношений.

К основным принципам маркетингового управления на предприятии относятся следующие:

- производство продукции основывается на детальном знании потребностей покупателей, рыночной ситуации, реальных возможностях производителя;
- максимально возможное удовлетворение потребностей покупателей достигается обеспечением их всеми необходимыми средствами для решения конкретных проблем, чему способствует изучения спроса и реализации товаров и услуг на конкретных рынках в запланированных объемах, в намеченные сроки;
- обеспечение прибыльности производства и коммерческой деятельности благодаря постоянной разработке и практической реализации новых научно-технических идей и разработок для производства перспективных для рынка товаров;
- активное приспособление к изменяющимся потребностям покупателей при одновременном воздействии на формирование их потребностей и стимулирование продаж.

Суммируя представленные выше подходы маркетингологов, мы определяем цель маркетингового управления деловой активностью предприятия, как целенаправленную, совместную работу предприятия с клиентом, которая ориентирована на конкретный конечный и долговременный результат предпринимательской деятельности выгодный как для предпринимателя, так и для потребителя.

При осуществлении маркетингового управления в организации, интересы собственников и менеджеров должны быть направлены на реализацию долгосрочных целей. Особенность российского рынка состоит в том, что зачастую цели, а также в целом деятельность предприятия ориентирована на краткосрочный период.

По мнению многих практиков, применение маркетингового подхода в управлении предприятиями в России неоднозначно и его (маркетингового управления) реализация сталкивается с целым спектром проблем: от внедрения современных маркетинговых технологий в деятельность отечественных хозяйствующих субъектов до оценки полученных результатов.

Большинство авторов, разрабатывая систему оценки эффективности маркетинговой деятельности, исходят из принципиального положения о том, что эффективность нельзя выразить одним показателем.

Как справедливо утверждает Багиев Г.Л., маркетинг служит для достижения стратегических целей, неотъемлемых от рыночной деятельности предприятия [2]. Современная концепция маркетинга определяет два важнейших аспекта, необходимых для деятельности предприятия, а именно, - деятельность всех подразделений и сотрудников компании должна быть направлена на удовлетворение потребностей клиентов и основываться на построении долгосрочных взаимовыгодных союзов с основными партнерами на рынке.

Как отмечалось ранее, для создания ценности, максимально удовлетворяющей потребителя и повышения его лояльности, в конечном счете, целесообразно вовлечение потребителя в процесс создания этой ценности. Шведские ученые Robin Askeföf и Johan Arndt ввели такое понятие, как «Менеджмент вовлечения потребителя» или Customer Involvement Management (СІМ)[3]. Согласно авторам, СІМ определяет и развивает возможности для вовлечения потребителей в такие процессы разработки продукта, как дизайн, маркетинг, продажи, обслуживание клиентов и т.д. Степень вовлеченности может быть настолько глубокой, насколько это необходимо, чтобы сделать клиента частью создания продук-

та, тестирования и доставки. В СИМ продукт рассматривается как подмножество, объединяющее необходимость в определении, решении проблемы и потреблении. Возможность самому потребителю влиять на процесс разработки и потребления является важным фактором, влияющим на процесс принятия решения о покупке и лояльность.

Таблица 1

Классификация метрик оценки эффектов маркетинговой деятельности

Влияние оказываемое на потребителей.	1. Предпочтения потребителей
	2. Вовлеченность в бренд
	3. Удовлетворенность потребителей
	4. Лояльность/удержание потребителей
	5. Уровень оттока клиентов
	6. Готовность рекомендовать продукт
	7. Воспринимаемое качество продукта
	8. Готовность платить ценовую премию
	9. Вероятность совершения повторной покупки.
	10. Количество жалоб от потребителей
	11. Репутация/имидж
Влияние оказываемое на рынок	1. Доля рынка
	- в натуральном выражении
	- в денежном выражении
	- по отношению к доле рынка крупнейшего конкурента
	2. Объем продаж
	- в натуральном выражении
	- в денежном выражении
	3. Структура продаж
	- доля продаж категории (бренда)
	- доля продаж нового продукта по отношению к общим продажам категории
4. Количество новых потребителей	
Общие финансовые результаты	1. Маркетинговые затраты по отношению к бюджету
	2. Маркетинговые затраты по отношению к выручке
	3. ROMI
	4. Выручка в расчете на одного потребителя

Составлено автором

Мы предполагаем, что большинство компаний оперирующих на рынке России (развивающихся рынках) в качестве базового эффекта маркетинговой деятельности выделяют продажи [3], путем простого подсчёта изменений данного показателя. Продажи можно разделить на две группы. «Базовые» или «быстрые», относящиеся к краткосрочному периоду и «отсроченные» (или «постоянные»), возникающие в долгосрочной перспективе. Если «базовые» продажи являются прямым результатом реализации маркетинговой стратегии (например, ценовой) и факторы их определяющие оценить достаточно просто, то с «отсроченными» продажами дело обстоит сложнее. «Отсроченные» продажи создаются за счёт формирования лояльности потребителей (один из вариантов). И для того, чтобы определить степень влияния маркетинга на такой тип продаж необходимо оценивать ряд промежуточных эффектов являющихся результатом маркетинговой деятельности. К таким эффектам мы будем относить эффекты связанные с сознанием и поведением потребителей. Метрики составляющие данный блок (Таблица 1) присутствуют в исследованиях таких авторов, как: Амблер (метрики: 2,3,4,7,10,11), Гронхольдт (1-7,10,11), Джеффери (1,3,5), Лехманн (1-6,10,11), Барвайс (4,7), Фаррис (1-7,10,11), метрики 8 и 9 были

включены, так как используются компанией занимающейся проведением маркетинговых исследований (место прохождения преддипломной практики).

Второй блок включает в себя метрики направленные на оценку рыночных изменений. Метрики составляющие данный блок присутствуют в исследованиях таких авторов как: Амблер (1-4), Дэвидсон (1), Лехманн (1,2,4), Гронхольдт (1-4), Барвайс(1), Фаррис (1-4). Вариативность метрик выбрана в соответствии с работой Фарриса.

Блок финансовые результаты относится к эффектам создаваемым на уровне организации. Метрики составляющие данный блок используются в работах таких авторов, как: Гронхольдт (3,4), Амблер (3), Барвайс (4) и других. Метрики под номерами 1 и 2 включены в эту группу по результатам включенного наблюдения в одной из компаний занимающихся проведением маркетинговых исследований полного цикла на Российском рынке.

Отбор метрик производился на основании частоты упоминания в академической литературе и уровня детализации, то есть для того, чтобы избежать использования огромного количества показателей в классификацию не были включены точечные показатели, например, такие как расходимость товара с полком.

Для того, чтобы производить достаточно точную и объективную оценку эффектов маркетинговой деятельности это необходимо делать в динамике, а также сравнивать с выбранной базой (несколькими базами), такими как: результаты прошлого года, маркетинговый план, по отношению к конкурентам и т.д.

Таким образом, в ходе критического обзора литературы было выявлено, что эффекты маркетинговой деятельности являются множественными. К общим эффектам относятся продажи (быстрые либо отсроченные). В качестве промежуточных эффектов оказывающих влияние на продажи, как правило, выделяют такие эффекты как лояльность потребителей, удовлетворенность потребителей, вовлеченность в бренд и другие. Эффекты маркетинговой деятельности могут возникать и по-разному проявляться как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

Список литературы

1. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия. М.: Инфра-М, 2015. 804 с.
2. Багиев Г.Л., Сайед-Мохамед Н., Юлдашева О.У. Промышленный маркетинг. СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2015. 38 с.
3. Третьяк О.А. О соотношении результатов и затрат в маркетинговой деятельности // Российский журнал менеджмента. 2007. № 2. Т. 5. С. 57–62.
4. Шевченко, Д. А. Практический маркетинг: Место и роль маркетинга и рекламы в развитии креативной индустрии России // Практический маркетинг № 10 (248) 2017. Стр. 3 – 6

© М. М. Тагиров, 2019

УДК 339.133

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

КАРАБАСОВ РАСУЛ АСЫЛБЕКОВИЧ

к.э.н, и.о. ассоциированного профессора

СҮҮЙІНОВ АРНА ЖАБЫРБАЙУЛЫ

магистрант 1 года обучения специальности «Маркетинг»

Казахский Агротехнический Университет имени С.Сейфуллина, г. Астана

Аннотация: В данной статье делается попытка анализа деятельности компании нефтегазового сектора. На основании анализа делается попытка разработки инструментов продвижения услуг предприятия. Необходимо использовать интернет-технологии для повышения эффективности деятельности, а также для увеличения узнаваемости компании

Ключевые слова: нефтегазовый сектор, продвижение, сбыт, производители, спрос.

FORMATION OF A SERVICE PROMOTION SYSTEM ENTERPRISES OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

**Karabassov R.A.,
Suyunov A.Zh.**

Abstract: This article attempts to analyze the activities of a company in the oil and gas sector. Based on the analysis, an attempt is made to develop tools to promote the services of the enterprise. It is necessary to use Internet technologies to increase business efficiency, as well as to increase company awareness.

Keywords: oil and gas sector, promotion, sales, manufacturers, demand.

На современном этапе предприятия в нефтегазовой отрасли имеют как правило положительное сальдо в своей деятельности. При детальном рассмотрении всех видов услуг которые они предлагают потребителем можно выяснить что не все услуги одинаково прибыльны. Некоторые виды деятельности приносят иногда убыток в отчетном году. И хотя на многие товары и услуги на предприятиях нефтегазовой отрасли ставятся утвержденные тарифы, в том числе и государственное ограничение верхнего потолка цен, не все они одинаково успешны.

В нашей статье нам хотелось бы обратить внимание на предприятие «Интергаз Центральная Азия»

На сегодняшний день АО «Интергаз Центральная Азия» осуществляет внутреннюю транспортировку и транзит природного газа по территории Казахстана по магистральным газопроводам.

Компания эксплуатирует 3 подземных хранилища газа. Газотранспортная система магистральных газопроводов эксплуатируется производственными филиалами АО «Интергаз Центральная Азия» - Управлениями магистральных газопроводов (УМГ). Кроме этого в состав компании входят филиал «Инженерно-технический центр» и учебно-курсовой комбинат в г.

Это краткая организационная характеристика компании. Для анализа экономической деятельности проведем небольшие цифры. Так как за 2018-2019 гг. еще нет в доступе информации по финансово-экономическим показателям. Будем основываться на данных 2016-2017 гг. [1]

В таблице 1 мы можем видеть основные показатели деятельности АО «Интергаз Центральная Азия» (ИЦА)

Таблица 1

Основные финансово-экономические показатели деятельности ИЦА

Показатели	2016 год		2017 год		Отклонение	%
	Факт	План	Факт	План		
Доходы	201 325	211 966	187 012	211 966	-24 954	88%
Расходы	127 677	109 526	102 911	109 526	-6 615	94%
Себестоимость	72 482	87 515	78 299	87 515	-9 216	89%
ОАР	14 015	9 337	9 134	9 337	-203	98%
Финансовые расходы	10 660	12 201	9 452	12 201	-2 749	77%
Прочие расходы	30 520	473	6 026	473	5 553	1274%
КПН	16 452	27 005	19 515	27 005	-7 490	72%
Итоговая прибыль	57 196	75 435	64 586	75 435	-10 849	86%

Как видно из таблицы 1, доходы сократились на 12%, при этом прочие расходы возросли в 12,5 раз. Все это может свидетельствовать о проблемах в сбыте основной массы своих услуг предприятия.

При рассмотрении более детально результативность основных видов услуг мы можем видеть следующую картину. Доходы от транспортировки газа потребителям РК снизились с 36 864 000 тенге в соответствии с планом на 2017 год, до 28 575 000 тенге по факту. То есть на более чем 25%.



Рис. 1. Доходы АО «Интергаз Центральная Азия» от транспортировки газа потребителям РК

Такая же тенденция прослеживается и по другим видам услуг компании. В частности доходы от передачи и перераспределения электрической энергии упали в 11 раз.

Все эти факты наталкивают на мысль что с маркетингом в данной компании не все в порядке. Да может быть для них это неактуально на сегодняшний день. Но в любом бизнесе мероприятия по максимизации прибыли будут выходить на первое место.

Анализируя сайт компании мы можем наблюдать полное отсутствие инструментов продвижения услуг компании.

Основываясь на вышеизложенном в рамках данной статьи хотелось бы порекомендовать данной компании следующее.

В ходе анализа деятельности был выявлен ряд проблем в области маркетинга компании, таких как отсутствие должной маркетинговой службы и отдела, который выполнял бы, исключительно, маркетинговые функции.

Работа с клиентами, точнее связь с потребителями - вот ключ к прогрессу. На данном предприятии отсутствует хорошая рекламная поддержка. За исключением «холодных» звонков и личных встреч, фирма не может ничем похвастаться. В связи с этим были предложены решения для увеличения осведомленности о АО «Интергаз Центральная Азия» среди целевой аудитории.

Учитывая тенденцию к переходу всего существующего в Интернет и имея результаты тестового запуска контекстной рекламы в Google, верным шагом для компании будет активный переход на использование цифровых коммуникаций. [1]

Интернет-маркетинг или продвижение в интернет не стоят на месте. Если раньше основное внимание уделялось обычному созданию сайта и, возможно, размещению баннерной рекламы, то сейчас у бизнеса есть гораздо больше возможностей для получения все большего количества новых посетителей на сайт и увеличения продаж. При правильном подходе к продвижению бизнеса АО «Интергаз Центральная Азия» в интернет, можно постоянно увеличивать доход практически до бесконечности.

Среди основных целей интернет-маркетинга, т.е. продвижения сайта, можно выделить следующие:

- проведение маркетинговых исследований;
- общение с потенциальными клиентами;
- продажи товаров и услуг, а также места для рекламы.

Способы продвижения в интернете для компании:

- поисковое продвижение (SEO);
- контекстная реклама;
- продвижение в социальных сетях (SMM);
- баннерная или медийная реклама;
- партнерский маркетинг;
- email маркетинг;
- контент-маркетинг.

Среди вышеперечисленных способов есть те, которые приведут заинтересованных клиентов очень быстро, а есть те, которые работают на перспективу.

Все эти способы требуют вложения денег, т.к. быстро привлечь пользователей на сайт можно только путем рекламы. Один из самых быстрых и недорогих способов – это контекстная реклама.

Кроме того, нужно завести странички компании в социальных сетях Вконтакте, Facebook, Instagram, Одноклассниках и др. Размещать там полезный контент, делиться новостями компании, общаться со своими клиентами. Необходимо создавать доверительные отношения со своей целевой аудиторией – это одна из самых лучших стратегий бесплатного продвижения на сегодняшний день. Это не только отличный способ привлекать новых посетителей на свой сайт, но и инструмент для удержания аудитории, создания позитивного имиджа и получения постоянных, довольных клиентов.

Отдельно нужно выделить email маркетинг. Сразу стоит сказать, что отправка рекламных писем по покупным почтовым базам, никакого отношения к email маркетингу не имеет. Но если посетители сайта по доброй воле будут отдавать свои электронные почтовые адреса, то не воспользоваться этим будет огромной ошибкой.

Нужно отправлять людям специальные предложения, оповещать их об акциях и новостях компании, присылать им полезный контент, которого они больше нигде не найдут. И аудитория сайта постепенно вырастет, не только количественно, но и качественно.

Список литературы

1. <http://www.intergas.kz/ru/reports/88>
2. Студенческая наука Подмоскovie: материалы Международной научной конференции молодых ученых. – Орехово-Зуево: Редакционно-издательский отдел ГГТУ, 2017. – 723 с.

УДК 657.6

ПОНЯТИЕ И ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

МЕДВЕДЕВА Е.И.

студентка 1 курса магистратуры Института экономики и управления

ГРЕБНЕВА М.Е.к. с-х. н., доцент кафедры финансов, кредита и бухгалтерского учета
ФГБОУ ВО «Курский государственный университет», г. Курск

Аннотация: бухгалтерская отчетность является важным источником информации о деятельности фирмы. Существует множество пользователей бухгалтерской отчетности, которые анализируют ее, преследуя разные цели. В данной статье приведены причины анализа бухгалтерской отчетности, способы и методы анализа, а также сделан вывод о причинах необходимости достоверного ведения бухгалтерского учета и анализа отчетности.

Ключевые слова: бухгалтерская отчетность, анализ, пользователи информации, оценка, способы и методы анализа.

CONCEPT AND PURPOSE OF THE ENTERPRISE'S ACCOUNTING REPORTING

**Medvedeva E.I.,
Grebneva M.E.**

Abstract: financial statements is an important source of information about the activities of the company. There are many users of financial statements that analyze it for different purposes. This article presents the reasons for the analysis of financial statements, methods and methods of analysis, as well as the conclusion about the reasons for the need for reliable accounting and reporting analysis.

Keywords: financial statements, analysis, information users, assessment, methods and methods of analysis.

Развитие рыночной экономики и появление множества видов коммерческой собственности стали причиной изменения бухгалтерской отчетности и учета. Независимо от интересов и особенностей государства, основная задача бухгалтерского отчета – описание обязательств и фонда компании, ее прибыли и убытков.

В бухгалтерском отчете отражаются сведения о финансовой состоятельности компании. Государство с помощью него ведет контроль над деятельностью коммерческих фирм и регулирует гражданско-правовые отношения.

Бухгалтерский отчет показывает итоги работы фирмы за отчетный период. На его основе можно понять характер и финансовые итоги работы компании, размеры прибыли или убытка и перспективы на будущее.

Порядок составления бухгалтерской финансовой отчетности может стать предметом интереса внешних пользователей, которых можно объединить в две группы:

- лица, прямо заинтересованные в финансовой отчетности;
- лица, имеющие косвенный интерес к бухгалтерской финансовой отчетности и деятельности организации.

К примеру, акционеры стремятся подробно изучить информативные данные и их динамику. Это информация о прибыльности, изменении состава капитала организации.

Кредиторы также весьма серьезно заинтересованы в финансовых показателях деятельности предприятия, уровне его платежеспособности и перспективах дальнейшей финансовой устойчивости.

Предметом интереса инвесторов являются дальнейшие выгоды от вложения средств, которые может проиллюстрировать бухгалтерская финансовая отчетность, а также аудиторские сведения.

Бизнес-партнеры могут проявлять прямой интерес к финансовой отчетности с целью поиска альтернативных или дополнительных возможностей для сотрудничества.

Вторая группа внешних пользователей, имеющая косвенный интерес, как правило, защищает интересы представителей первой группы. Ими являются органы государственного надзора, аудиторские компании, консалтинговые фирмы, информационные рекламные агентства, фондовые биржи [3, с. 77-78].

Каждая организация должна составлять два отчета: один для налоговой инспекции, второй для других субъектов рынка.

Фирма обязана регулярно предоставлять бухгалтерские отчеты согласно принципу безостановочности своей работы.

Отчет дает важные и правильные сведения, которые помогают принимать финансовые и управленческие решения.

С помощью анализа бухгалтерского отчета можно:

- проанализировать настоящее финансовое положение фирмы и сделать прогноз развития;
- определить, с какой скоростью развивается предприятие;
- обнаружить доступные средства и наиболее эффективно их использовать;
- сделать прогноз положения организации на рынке капитала [2, с. 106].

Существует несколько приемов и методов анализа бухгалтерской отчетности:

1) Временной анализ позволяет сравнивать каждую позицию отчета с позициями предыдущего отчетного периода. Это позволяет определить скорость роста или снижения развития предприятия.

2) Структурный анализ производят путем высчитывания доли каждой из статей отчета и перевода ее в проценты. Он полезен для межхозяйственной сверки, с помощью него можно увидеть структурные изменения показателей.

3) Анализ тренда производится путем сравнения всех позиций отчета сразу с несколькими предыдущими периодами. Он определяет основную динамику данных отчета. Тренд позволяет делать прогнозы на развитие фирмы [2, с. 107].

Усложнить оценку отчета могут структурные изменения внутри фирмы, изменение ОПБУ, переход на новую систему налогообложения, смена метода бухгалтерского учета.

Изучение и анализ расчетов бухгалтерского отчета состоит из:

- трендового, временного и структурного анализов;
- изучения финансовых коэффициентов;
- оценки перемещения финансовых средств [2, с. 108].

Самостоятельно ни один метод анализа финансового отчета не даст достаточного количества информации для составления достоверных сведений о настоящем положении организации. Поэтому для полного и качественного анализа требуется применение всех перечисленных методов.

Грамотное ведение бухгалтерского учета, изучение и анализ отчетности позволяют минимизировать издержки предприятия, выявить доступные средства на развитие бизнеса, найти инвесторов и партнеров для долговременного сотрудничества.

Список литературы

1. Домбровская Е.Н. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: Учебное пособие. – М: ИНФРА-М, 2016. – 279 с.
2. Концевич, Г.Е., Шанько, А.К., Шанько, В.К. Место и роль бухгалтерской отчетности в анализе финансового состояния организации / Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2016. № 5-1. С. 106-108;

3. Тюленева, О.М. Пользователи бухгалтерской финансовой отчетности и их информационные потребности в современных экономических условиях / Новая экономика и региональная наука. 2018. № 3 (12). С. 77-80.
4. Сигидов, Ю.И. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: Учебное пособие / Ю.И. Сигидов, Е.А. Оксанич, М.С. Рыбьянцева. - М.: Инфра-М, 2018. - 480 с.

УДК 330

ТЕНДЕНЦИИ В ОБЛАСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ РОССИЙСКИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ БРЕНДОВ

ИБРАГИМОВА НУРИЯ УРСТЯМОВНА

к.э.н., доцент

ПРОКОФЬЕВА РАДМИЛА ВАСИЛЬЕВНА

магистрант

Уфимский государственный нефтяной технический университет, г. Уфа

Аннотация: В статье определены современные тренды в области формирования и продвижения брендов высших учебных заведений.

Ключевые слова: Бренд, брендинг, образовательные услуги, тенденции, тренды.

TRENDS IN THE FIELD OF FORMATION AND PROMOTION OF RUSSIAN EDUCATIONAL BRANDS

**Ibragimova N.U.,
Prokofieva R.V.**

Abstract: The article identifies trends in the educational sphere of Russia concerning the formation and promotion of brands of higher educational institutions.

Keywords: Brand, branding, educational services, trends, trends.

В современных условиях процесс создания бренда образовательных услуг в России следует рассматривать с двух позиций: в контексте работы над имиджем национальной системы высшего образования и выхода на международный рынок, поскольку в данном направлении существуют перспективы для роста не только у крупных федеральных вузов, но и у образовательных организаций, представленных в регионах[2, с. 58].

Ядро бренда - это услуга (продукт), предлагаемая потребителям. Безусловно, для того, чтобы быть конкурентоспособными российским вузам следует актуализировать действующие образовательные программы, исходя из текущих запросов, имеющих в обществе.

Для известных зарубежных университетов, являющихся постоянными участниками ведущих международных рейтингов в рассматриваемой области характерна ставка на предоставление классического академического образования в синтезе с программами, нацеленными на формирование профессиональных навыков в избранной специализации.

В ходе позиционирования для российских потребителей услуг следует уделять внимание именно возможности практического применения формируемых в ходе обучения профессиональных компетенций, что может быть достигнуто путём коллабораций с крупными предприятиями (организация в ходе обучения стажировок, практик, последующая помощь в трудоустройстве).

Важно, чтобы работодатели и работники образования работали в кооперации, чтобы помочь расширить кругозор молодых людей, понять их устремления и предоставить жизненно важные знания и навыки, связанные с работой, которые помогут им в процессе перехода от школы к работе. Эти усилия

не только дадут молодым людям наилучший старт в жизни, но и уменьшат несоответствие между устремлениями молодых людей и требованиями рынка труда, тем самым гарантируя, что у нас будет рабочая сила, которая обеспечит экономическое процветание в будущем.

Ключ к успеху на глобальном рынке - безупречное качество подготовки, подтвержденное сертификатами мирового уровня. Когда образовательная организация может защищать свой статус в системе сертификации мировых лидеров, тогда и открывается выход на мировой рынок [3, с. 52].

Возрастает необходимость получения глубоких знаний в области технологий, математики и науки.

Растущая конкуренция в глобальных исследованиях стимулирует стремление стран к постоянным инновациям для сохранения своих конкурентных позиций. В этой связи важно, чтобы система образования воспитывала и ценила креативность, особенно необходимую для развития инноваций. Формирование на базе вуза научных сообществ, участие в тематических конференциях будут качественно влиять на предлагаемый образовательный продукт, позволяя тем самым подстроиться под изменения в технологическом поле.

Крупные целевые группы брендов остаются прежними, однако важно их внутреннее сегментирование по самым разнообразным признакам. Необходимо исходить не только из стандартного массива информации, будь то территориальное расположение, возраст, но и смотреть на имеющийся бэкграунд, поведенческие и психографические характеристики.

Создание бренда в области образования - это в первую очередь способ формирования конкурентного преимущества организаций данной области и, следовательно, их политика должна строиться с использованием средств и методов бенчмаркинга. Определение прямых и косвенных конкурентов, считывание их преимуществ и недостатков должны происходить регулярно и быть системными. Требуется проведение аналитической работы как среди государственных, так и коммерческих структур, поскольку в ходе работы надлежит использовать весь инструментарий маркетинга и эффективный практический опыт.

Специфика современного общества заключается именно в активном голосе потребителя, его возможности влиять на происходящие процессы, а не быть сторонним наблюдателем.

Процесс продвижения образовательного бренда необходимо проводить путём создания коммуникационных стратегий и их реализации как онлайн, так и офлайн. Первое направление предполагает работу с персоналом образовательной организации (решение вопросов учебного и организационного характера, формирование площадки для общения и взаимного обмена знаниями, работа с негативом, донесение до потребителей информации о конкурентных преимуществах, привлечение новых клиентов), организацию просветительских (лекции, public-talk), научных (конференции, семинары) и культурно - досуговых (фестивали, конкурсы, концерты) мероприятий [1, с. 80].

Продвижение образовательного бренда офлайн - это создание и совершенствование точек контакта с целевой аудиторией в сети Интернет.

Знакомство с вузом происходит, как правило, путём изучения его сайта. Он должен представлять собой информационный портал, на котором будет существовать возможность авторизации и формирования личного кабинета абитуриента/студента.

У вуза должны быть аккаунты в социальных сетях, оформленные исходя их особенностей его фирменного стиля, а также современных тенденций дизайна, которые складываются на основании их потребительских предпочтений. Работу следует производить Вконтакте, Instagram, Facebook.

Контент должен обновляться ежедневно, строиться на интересах и проблемах целевой аудитории.

Актуален личный бренд руководителя образовательной организации, отдельных структурных подразделений вуза. Необходима коммуникация с лидерами мнений, которые обучаются в вузе, либо в целом могут влиять на потенциальных потребителей услуг.

21 век - век активного потребления. Образовательный продукт ничем не отличается от иных представленных на рынке и потому к нему в полной мере применимы аналогичные требования.

Деятельность вуза должна быть подчинена принципам открытости (что предполагает абсолютную прозрачность деятельности образовательной организации) и информационной доступности, а также учитывать особенности поведения современного потребителя.

Характеризуя бренд в образовательной сфере, следует сказать, что он становится интернациональными и всё более ориентированным на потребителя. Его построение осуществляется ежедневно, исходя из ситуации на рынке труда и динамичных изменений ценностной сферы целевой аудитории.

Современный образовательный бренд в России - это бренд, который использует одни и те же стратегические принципы позиционирования и маркетинга по всему миру, в то время как конкретные маркетинговые мероприятия отличаются в зависимости от особенностей региона страны.

Список литературы

1. Жмырёва Н.А. Бренд университета в контексте повышения эффективности предоставления образовательных услуг // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки.-2017.-№2.-С.79-82.
2. Лобышева Т. М. Развитие имиджа образовательных услуг средствами брендинга // Экономика образования. – 2016. – №3. – С. 58-61.
3. Синиченко О.А. Бренд как один из факторов конкурентоспособности вузов России// *Juvenis scientia*.-2016.-№1.-С.50-54.

УДК 338.1

ИССЛЕДОВАНИЕ СОСТОЯНИЯ И УГРОЗЫ РАЗВИТИЯ НЕФТЯНОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ

ПОЛОЗОВ ЗАХАР ДМИТРИЕВИЧ

магистрант

ПОДУСТОВ СЕРГЕЙ ПАВЛОВИЧ

к.э.н., доцент

Кафедра «Финансов денежного обращения и кредита»
Сургутского Государственного университета

Аннотация: В статье представлено определение нефтяного комплекса, отражен личный взгляд по данному вопросу. Экономика России имеет очень сильную зависимость от нефтегазовой сферы, так как 60% бюджета формируется благодаря нефтегазовым доходам. Кризисные явления в мировой экономике 2008–2009 гг. и 2014–2015 гг. повлияли на состояние как нефтяной сферы, которая имеет сильную зависимость от цен на мировую нефть, сокращение доходов от нефти привело к «эффекту домино» — сокращению доходов в валюте, падению рубля и в следствии этого сильной реальной инфляции, снижению инвестиций и совокупного спроса, падению доходов населения и бюджета. Темп роста экономики в 2018 году составил 2 процента. Исключительно благодаря нефтегазовым доходам. Также в исследовании выявлены основные проблемы развития нефтяного комплекса России, к которым относится экстенсивный путь развития нефтедобывающей отрасли, отсталое технологическое развитие отраслей переработки нефти, проблемы организационно-управленческого характера предприятий нефтяного комплекса, слабое развитие информационных технологий. То есть мы стремимся добывать больше нефти не улучшая технологию добычи.

Ключевые слова: нефтяной комплекс, нефтяная отрасль России, инновационная экономика, проблемы нефтяной отрасли, экономическая безопасность.

Abstract: The Russian economy has a very strong dependence on the oil and gas sector, since 60% of the budget comes from oil and gas revenues. Crisis in the global economy 2008–2009 and 2014–2015 affected the state of the oil sector, which has a strong dependence on world oil prices, a reduction in oil revenues led to a “domino effect” - a decrease in foreign currency earnings, a fall in the ruble and, consequently, strong real inflation, a decline in investment and aggregate demand, a fall incomes of the population and the budget. The economic growth rate in 2018 was 2 percent. Exclusively due to oil and gas revenues.

Одним из важнейших отраслей национальной экономики является нефтяной комплекс, охватывающий подготовку запасов, добычу, внутрипромысловый транспорт, переработку нефти и состоящий из вертикально-интегрированных нефтяных компаний (ВИНК).

Нефтяной комплекс состоит из прохождения нефти и нефтепродуктов полного жизненного цикла, который образует добыча, транспортировка, переработка и распределение продуктов. Развитие российской экономики напрямую зависит от состояния нефтяного комплекса, поскольку более 70 % экспорта нефти формирует 40 % дохода федерального бюджета (рисунок 1).

Кризисы 2008–2009 гг. и 2014–2015 гг. повлияли на состояние как нефтяной отрасли, так и экономики, поскольку последствия кризиса оказали влияние на снижение цен на нефть и применение финансовых санкций в отношении России. В 2014 г. доход федерального бюджета от нефтегазовой отрасли составлял 7433,8 млрд. руб. или 51,3 % всех доходов бюджета, в 2015 г. показатель сократился до 5862,7 млрд. руб. или 42,9 %, в 2016 г. и 2017 гг. также отмечается тенденция по сокращению дохо-

дов от нефтегазового комплекса до 36 % и 39,4 % соответственно, что обусловлено сокращением цен на нефть. Согласно данным рисунка 2 динамика цен на нефть описана почти правильной параболой, снизившись до уровня цен середины 2008 г. Сокращение цен на рынке нефти не было абсолютно непредвиденным бедствием, но для российской экономики стало решающим, поскольку существует провал в системной аналитике и прогнозировании поведения отраслевых рынков.

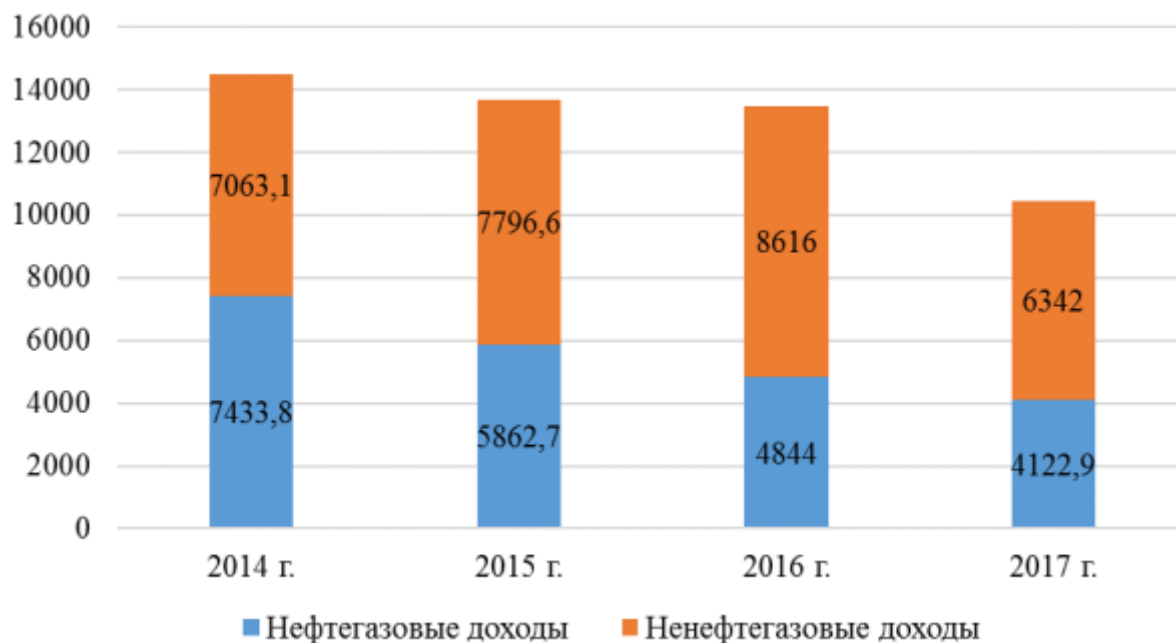


Рис. 1. Динамика доходов федерального бюджета, млрд. руб. [13]

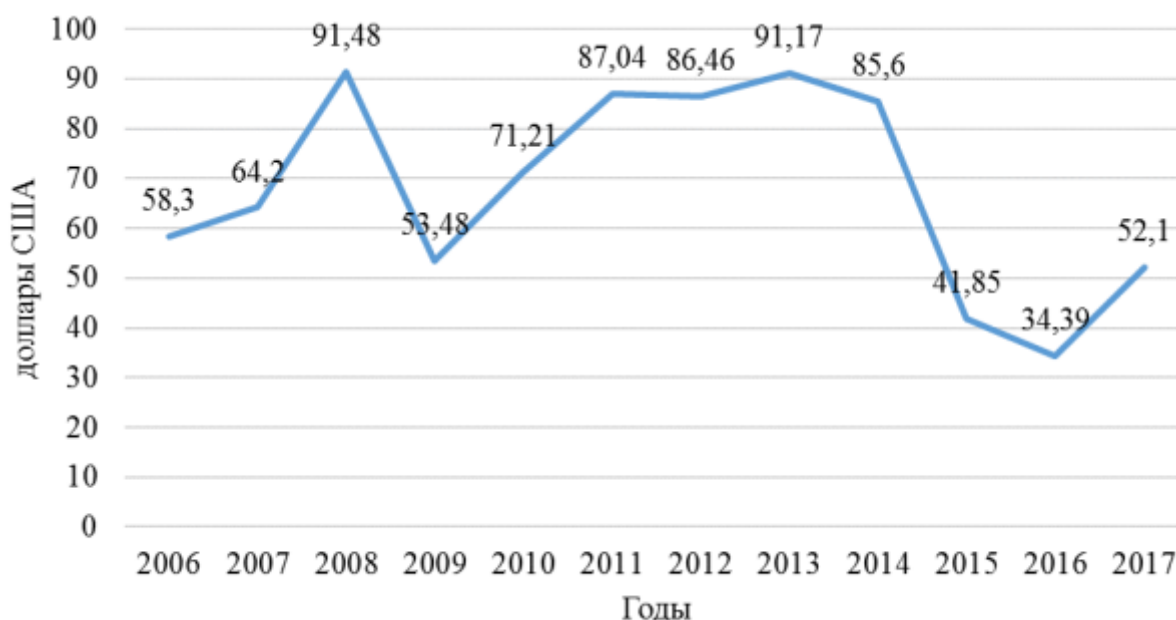


Рис. 2. Динамика мировых цен на нефть, долл. США/баррель [12]

На рисунке 3 представлена динамика сокращения инвестиций в экономику России, которая повлияла на дальнейшее состояние нефтяного комплекса.



Рис. 3. Отток капитала из РФ, млрд. долл. США [14]

Пик оттока капитала из России приходится на период кризиса в экономике в 2008 г. — 133,6 млрд. долл., в 2014 г. — 151,1 млрд. долл. В 2016 г. наблюдается наименьший отток капитала за анализируемый период, который составил всего 19,2 млрд. долл., а в 2017 г. негативно увеличился до 31,3 млрд. руб. Также стоит отметить сокращение переработки нефти на комплексных нефтеперерабатывающих заводах и рост простой переработки, что является негативной тенденцией в развитии нефтяной отрасли России (рисунок 4). С 2015 г. наблюдается падение объемов первичной переработки нефти в России, которая в 2015 г. сократилась на 6 млн. т по сравнению в 2014 г.

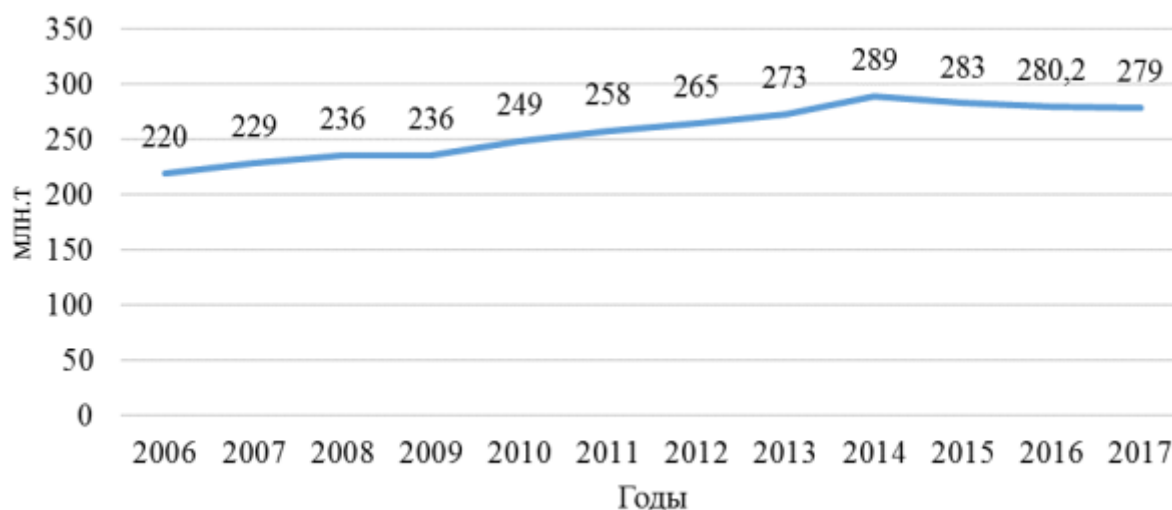


Рис. 4. Динамика первичной переработки нефти в России, млн. т [10]

В 2017 г. величина первичной переработки нефти составила 279 млн. т, что примерно соответствует уровню 2016 г. В целом сокращение переработки коснулось в основном комплексных НПЗ с углубляющимися процессами, а рост наблюдается именно на простых НПЗ. Следовательно, стратегической задачей России является создание инновационного типа экономики, который предусматривает модернизацию всех ее компонентов, в том числе нефтяной комплекс, с целью создания условий экономического роста и обеспечения экономической безопасности страны, наращивания финансов и формирования высокотехнологического и наукоемкого производства [3]. Основные проблемы нефтяного комплекса России представляют собой четыре блока, препятствующих эффективному росту и объ-

единению с внешнеэкономическими связями и отношениями: 1. Экстенсивное развитие нефтедобывающей отрасли, что обусловлено концентрацией месторождений углеводородов в сложных климатических условиях, неэффективной разработке месторождений, слабой развитостью транспортной инфраструктуры нефтяного комплекса. Для нефтедобывающей промышленности характерна добыча в холодных и удаленных регионах России: Уральский, Сибирский, Дальневосточный и Приволжский федеральные округа, а перерабатывающие заводы, конечные потребители находятся в центральных регионах России. Как отмечают многие исследователи, добывающие отрасли России имеют предпосылки к истощению традиционных минерально-сырьевых баз, заметно снижаются темпы воспроизводства сырья, объемы геологоразведочных работ. В целом эксперты выделяют нерациональную систему разработки месторождений и недостаточное использование современных технологий повышения коэффициента извлечения нефти. Также ситуацию осложняют неудовлетворительное состояние нефтяных трубопроводов, постоянные утечки и потери сверх нормы при транспортировке сырья, что негативно влияет на рентабельность нефтяного бизнеса в целом. 2. Отсталое технологическое развитие отраслей переработки нефти за счет неэффективного использования производственных мощностей, моральной и физической изношенности основных средств, существенным отставанием перерабатывающей промышленности России от уровня развитых европейских стран и США. Состояние и степень развития нефтяного комплекса выражается в глубине нефтепереработки, которая характеризует удельный вес нефтепродуктов, получаемых из нефти в общем величине переработки. Так в России данный показатель составляет всего 70–72 %, а в ЕС и США варьируется от 85 до 90 %. 3. Проблемы организационно-управленческого характера предприятий нефтяного комплекса, связанные с нерациональной организационной структурой вертикально-интегрированных компаний, неэффективными бизнес-процессами, низкой скоростью реагирования на внешние факторы. Большая часть компаний нефтяного комплекса построена на основе жесткого централизованного управления. Структура компаний имеет разветвленную сеть, которая нерационально использует все виды ресурсов, не ориентируется на потребителя и изменяющиеся условия внешней среды макро- и микроуровня. 4. Слабое развитие информационных технологий, которое обусловлено «лоскутной» автоматизацией, хаотичным внедрением средств информационной поддержки, несоблюдением единых стандартов передачи и хранения информации, отсутствием единого информационного пространства. В целом существующие проблемы нефтяного комплекса России затрагивают весь жизненный цикл предприятий данной отрасли. Следовательно, необходимо разработать и внедрить следующие мероприятия, которые позволят решить рассмотренные проблемы: – качественно модернизировать нефтедобывающую и нефтеперерабатывающую промышленность за счет изменения производственных мощностей, обновления основных фондов, внедрения инновационных технологий в разведку, добычу и переработку нефтяных ресурсов. Также необходимо формирование комплексной транспортной инфраструктуры, обеспечивающей потребности всего комплекса; – провести реинжиниринг по основным, вспомогательным и управленческим бизнес-процессам в нефтяных корпорациях, сформировать гибкую коммуникационную структуру организации, обеспечить своевременное реагирование на изменения внешней среды; – усовершенствовать существующие и разработать новые инструменты и технологии управления консолидированными нефтяными компаниями в условиях интеграции, разработать качественно новую модель управления, учитывающую актуальные экономические реалии и тенденции развития мирового нефтяного комплекса; – комплексно модернизировать ИТ-инфраструктуру субъектов нефтяного комплекса, сформировать единую информационную основу обеспечения эффективного управления предприятиями отрасли. В целом важное значение для экономики России имеет реструктуризация нефтяного комплекса, его ориентация на новейшие технологии, инновационный менеджмент, развитие нефтепереработки, что обеспечит успешную диверсификацию производства. Перспективное направление развития нефтяного комплекса России связано с проведением научных исследований в области высокотехнологичной нефтепереработки и создания нового поколения синтетических материалов, которые необходимы для становления наукоемкого компонента формирования экономики знаний современного государства.

Список литературы

1. Бушуев В. В. Нефтяная промышленность России — сценарии сбалансированного развития. — М.: ДиректМедиа, 2016. — 180 с.
2. Лесных Ю. Г. Экономическая безопасность России в условиях интеграции в мировое хозяйство в координатах нефтяного кластера (теория и методология): дис. ... докт. экон. наук: 08.00.05. — Ставрополь, 2012. — 241 с.
3. Рогожа И. В. Нефтяной комплекс России: государство, бизнес, инновации: Монография / Рогожа И. В. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 244 с.
4. Алмосов А. П. Факторы, определяющие уровень экономической безопасности нефтяной промышленности: возможные последствия, критерия идентификация и оценки / А. П. Алмосов // Государственное регулирование экономики и инноваций. — 2016. — № 6. — С. 142–154.
5. Бирюкова В. В. Управление сбалансированным развитием предприятий нефтяной промышленности / В. В. Бирюкова // Вестник СибАДИ. — 2016. — № 1. — С. 87–94.
6. Баскова М. Л. Анализ развития нефтяной отрасли России / М. Л. Баскова // Актуальные вопросы экономики и управления. — 2015. — № 6. — С. 16–19.
7. Кожевин В. Д. Анализ эффективности функционирования российских нефтегазовых компаний в условиях кризиса / В. Д. Кожевин // Интерэкспо Гео-Сибирь. — 2016. — № 6. — С. 154–156.
8. Муслимов Р. Х. Модернизация нефтяной отрасли России на путях инноваций и общемировых тенденций / Р. Х. Муслимов // Георесурсы. — 2016. — № 4. — С. 246–255.
9. Остроухова Н. Г. Проблемы и перспективы развития инновационной деятельности в топливно-энергетическом комплексе России / Н. Г. Остроухова // Вестник Пермского университета. — 2016. — № 2. — С. 109–119.
10. Урусова Э. А. Экономика России в условиях санкции: 2014–2016 гг. / Э. А. Урусова // Проблемы современной экономики. — 2016. — № 4. — С. 52–58.
11. Эдер Л. В. Ключевые тенденции развития нефтяного комплекса России / Л. В. Эдер // Интерэкспо Гео-Сибирь. — 2017. — № 1. — С. 215–218.
12. История цен на нефть [Электронный ресурс]: Руксперт — http://ruxpert.ru/Статистика:История_цен_на_нефть.
13. Мониторинг Минфина [Электронный ресурс]: <http://www.iminfin.ru/areas-of-analysis/budget/dohody-fb?territory=45000000>
14. Статистика внешнего сектора: чистый ввоз/вывоз капитала — http://www.cbr.ru/statistics/?Prtid=svs&ch=itm_18710#CheckedItem.

УДК 330

ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

СУВОРОВА АЛЕВТИНА ПАВЛОВНА

доктор. экон. наук, профессор кафедры менеджмента и бизнеса

МУХАММЕДОВА ДЖЕННЕТ МЕРЕДОВНА

студент

ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению финансового менеджмента как системы управления в деятельности инновационной организации. Система управления финансами должна быть саморазвивающейся. Это отражает возникновение таких качеств, как гибкость и адаптивность к изменениям, ориентация на инновации, поиск и разработка идей по привлечению инвестиций. Система управления финансами в новых условиях становится источником дополнительных финансовых ресурсов для развития бизнеса.

Ключевые слова: финансовый менеджмент, оценка операционного бизнес-процесса, инновационная организация.

FINANCIAL MANAGEMENT AS THE CONTROL SYSTEM OF THE ORGANIZATION

**Suworowa Alevtina Pavlovna,
Muhammedova Jennet Meredovna**

Abstract: The article is devoted to the consideration of financial management as a management system in the activities of a commercial organization. The financial management system should be self-developing. This reflects the emergence of such qualities as flexibility and adaptability to change, focus on innovation, search and development of ideas to attract investment. The financial management system in the new environment becomes a source of additional financial resources for business development.

Keywords: financial management, evaluation of operational business process, innovative organization.

Управление финансами или финансовый менеджмент следует определять, как процесс по системному финансовому управлению формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов хозяйствующего субъекта, который направлен на оптимизацию оборота его денежных средств и осуществляется посредством проведения финансовой политики организации [1, с.17]. Представим данное определение сущности финансового менеджмента схемой (рис. 1).

Данное выше определение не противоречит мнению Веретенниковой О.Б. о том, что финансовый менеджмент организации представляет собой систему экономических отношений по поводу управления финансами хозяйствующих субъектов, которая направлена на повышение их конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности путем разработки и достижения стратегических и тактических целей, определенных на основе финансовой политики [2, с.34]. Рассматривая в качестве хозяйствующего субъекта инновационную организацию, следует согласиться с данной точкой зрения, поскольку в соответствии со Стратегией «Инновационная Россия -2020» она на постоянной основе осуществляет разработку и внедрение новой или усовершенствованной продукции, технологических, управленческих процессов или иные виды инновационной деятельности для достижения выбранных целей конкурентной борьбы и привлечения стратегических инвесторов.

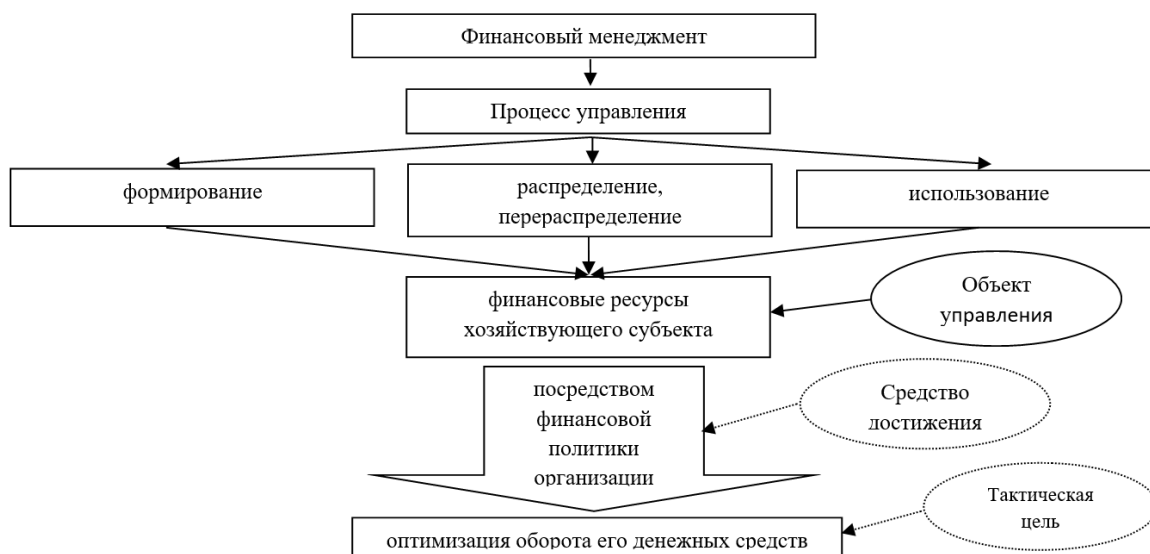


Рис. 1. Финансовый менеджмент в системе управления финансами хозяйствующих субъектов

Основной стратегической целью финансового менеджмента является построение эффективной системы управления с целью обеспечения конкурентоспособности и финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта, в том числе инновационной организации, как на внутреннем, так и внешних рынках.

В литературе по финансовому менеджменту в соответствии с выделенными целями рассматривают, как правило, три задачи финансового менеджмента.

Первая задача состоит в формировании денежного капитала в объеме, который покрывает потребности хозяйствующего субъекта в расширенном воспроизводстве.

Вторая задача состоит в использовании денежного капитала с целью обеспечения эффективности инвестиций и затрат, вложенных в активы (для интегрированных хозяйствующих субъектов эта проблема заключается в решении вопросов распределения капитала между бизнес-направлениями, исходя из их инвестиционной привлекательности).

И, наконец, третья задача содержит обеспечение оптимального уровня ликвидности и платежеспособности хозяйствующего субъекта при достаточном уровне рентабельности.

Для решения этих задач менеджмент организации, прежде всего, обязан управлять оборотным капиталом организации, что предусматривает в рамках операционного процесса управления как ключевого бизнес-процесса тремя стадиями денежного оборота (таб. 1):

Таблица 1

Три стадии денежного оборота организации

Наименование стадии	Задачи финансового менеджмента
1. снабжение	Управление производственными запасами и формирование рациональной структуры источников их покрытия.
2. производственная	Обеспечение денежными средствами всех текущих платежей, а так же принятие решений в области управления производственными затратами и их оптимизации.
3. сбытовая	Погашение и уплата процентов по использованным заемным средствам, погашение кредиторской задолженности и формирование необходимого объема средств для приобретения сырья и материалов на новый этап кругооборота.

Для оценки эффективности финансового менеджмента по всем трём стадиям нами предлагается система финансовых коэффициентов, которая не является конечной и может быть дополнена с учетом

специфики экономической деятельности хозяйствующего субъекта. Рассмотрим возможность использования предложенной системы показателей для экспресс-оценки эффективности управления операционным процессом на примере одной из инновационной организации ПАО «Т плюс» (таб. 2).

Таблица 2

Финансовые коэффициенты

Стадия денежного оборота	Наименования финансового коэффициента	Расчетные значения		
		2016	2017	2018
1. снабжение	1. Оборачиваемость запасов, раз	29,36	29,31	28,14
	2. Оборачиваемость кредиторской задолженности перед поставщиками, раз	2584,4	106,64	103,42
2. производственная	1. Рентабельность производства, %	13,76	14,28	13,31
	2. Коэффициент соотношения между себестоимостью производства и выручкой	0,88	0,88	0,88
3. сбытовая	1. Рентабельность продаж, %	12,09	12,5	11,75
	2. Оборачиваемость дебиторской задолженностью, раз.	2,82	2,54	2,88

Таким образом, анализируя показатели эффективности управления операционным процессом ПАО «Т плюс» за период 2016-2018 гг. можно отметить относительную стабильность всех процессов на стадиях денежного оборота. Однако сравнение оборачиваемости кредиторской задолженности перед поставщиками и дебиторской задолженности позволяет признать тенденцию, имеющую место в организации, неблагоприятной, так как снижается эффективность взаимодействия службы закупок и продаж.

Подводя итог вышесказанному, следует подчеркнуть, что управление финансами организации в условиях современного развития общества, нацеленного на инновационное и технологическое развитие, должно быть ориентировано на оценку инновационно-инвестиционных процессов, с которых начинается процесс создания добавленной стоимости, обеспечивающей достижение целей финансового менеджмента. Это потребует включения в систему показателей (табл. 2) показателей для оценки интенсивности и результативности осуществления инновационной деятельности (например, степень автоматизации труда, доля новой продукции в выручен и т.д.).

Список литературы

1. Веретенникова О.Б. Финансы предприятий: Учеб. пособие. – Екатеринбург: Изд-во АМБ, 2016. – 247 с.
2. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ТК «Велби»; Проспект, 2017. - 1024 с.
3. Люкманов В.Б., Мандыч И.А. Управление финансами (бакалавры): учебное пособие / В.Б. Люкманов, И.А. Мандыч. — М.: КноРус, 2018. — 206 с.
4. Пучкова, С. И. Финансовый менеджмент / С.И. Пучкова. - М.: МГИМО-Университет, 2016. - 196 с.

© А.П. Суворова, Дж. М. Мухаммедова, 2019

УДК 338

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМ СТОИМОСТИ

ПЯТАЕВА ВИКТОРИЯ АЛЕКСЕЕВНА

студентка
ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве РФ»
Пензенский филиал

*Научный руководитель: Духанина Елена Владимировна
кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и финансы»*

Аннотация: В данной статье проанализированы основные принципы управления стоимостью, рассмотрена роль в формировании стратегии управления стоимостью.

Ключевые слова: стоимость, стратегии, принципы, управление стоимостью и т.д.

THE EFFECT OF REAL INVESTMENT ON THE ORGANIZATION

Ryataeva V.A.

Abstract: This article analyzes the basic principles of cost management, the role in the formation of cost management strategy.

Keywords: Cost, strategies, principles, cost management, etc.

Прежде чем начать разговор об управлении стоимостью, необходимо дать определение данному термину.

Термин «стоимость» имеет много значений. В некоторых источниках можно встретить следующее определение, которое предполагает возможность управления стоимостью: Стоимость компании - объект стратегического управления. Сейчас у менеджеров стало появляться понимание того, что в конечном итоге эффективность управления предприятием определяется не его ликвидностью или рентабельностью, не величиной прибыли, а увеличением "цены" бизнеса. Это значит, что грамотно управляемое предприятие со временем увеличивает свою стоимость, а, следовательно, величина стоимости не только предмет фискальных интересов государства, но и объект стратегического планирования, мониторинга и управления. [1].

Современная экономическая среда, в которой функционируют и развиваются отечественные компании, характеризуется высоким уровнем неопределенности и отсутствием стабильности. В условиях сильного воздействия внешних негативных факторов предприятия должны иметь ресурсы, которые позволят минимизировать подобное негативное влияние. Сглаживание отрицательного воздействия внешней среды должно обеспечить не только сохранение имеющихся позиций бизнеса, но и его рост в перспективе. В условиях ограниченности ресурсов необходимый эффект дополнительного резерва способно дать высококвалифицированное, качественно новое управление, отвечающее реалиям современной экономики, способное обеспечить конкурентоспособность, инвестиционную привлекательность и устойчивость предприятия (организации). В связи с этим роль стратегии и выбор метода управления становятся первоочередной задачей для менеджмента и руководства предприятия.

Управление стоимостью предприятия – сложный процесс, обеспечивающий достижение главной цели предприятия, функционирующего на основе рассмотренной выше концепции, а также, включаю-

щий в себя множество элементов и пронизывающий все уровни управления. Согласованность, комплексность, гибкость данного процесса обеспечивает возможность непрерывного роста ценности предприятия, повышения эффективности его деятельности в целом.

Построение системы управления стоимостью предприятия основывается на применении концепции включающей идеологию, принципы и процессы стоимостного управления. Идеология делает управление осознанным и задает необходимые и правильные направления движения, принципы являются базой для обоснованного решения альтернатив, отлаженность процессов определяет эффективность организации в реализации общей стратегии и достижении поставленных целей. Данная система, позволяет достигать поставленные цели, обеспечивает четкий и отлаженный механизм управления стоимостью, работа которого осуществляется посредством использования конкретных методов, инструментов и мероприятий, оказывающих непосредственное воздействие на процесс создания стоимости предприятия и ее роста в дальнейшей перспективе [5].

Система управления стоимостью, как и любая другая система управления, строится на основе принципов, которые обеспечивают стабильность работы процессов, целостность данной системы [7].

Рассмотрим подробнее каждый из принципов:

- построение системы на основе принципа целеполагания обеспечивает ее ориентированность на достижение основной, главной цели, которая объясняет необходимость формирования данной системы, ее работу в целом, а также фокусирует функционирование всех ее элементов, связей и процессов на достижение этой цели; - комплексность формирования системы управления стоимостью обеспечивает наиболее полный эффект от внедряемой управленческой системы; включая в себя не просто элементы управления на основе стоимости, а совокупность структурированных и адаптированных методов, методики, инструментов и мероприятий управления стоимостью предприятия данная система позволяет учесть все аспекты управления стоимостью, на каждом уровне и в каждой из функциональных областей работы предприятия;

- принцип динамизма характеризует систему управления стоимостью, как неустойчивый, живой, развивающийся организм, в котором происходят изменения, под воздействием факторов внешней и внутренней среды, ресурсного, материального и финансового потенциала;

- принцип сбалансированности при формировании рассматриваемой в данной статье системы позволяет отразить интересы всех участников, ведь результаты работы интересуют не только собственников компании, но и участников внешней и внутренней среды, а именно: акционеров, топ-менеджмент компании, государство и социум;

- гибкость системы обеспечивает ее способность к изменениям, модернизации в процессе управленческого воздействия и адаптации данной системы на предприятии;

- принцип открытости заключается в способности системы реагировать на факторы воздействия внешней среды, в чем проявляется ее взаимосвязь с внешним окружением;

- эффективность работы системы предполагает достижение конкретного результата, обеспечивающего рост, развитие компании в целом, повышая его конкурентоспособность, инвестиционную привлекательность.

Все из перечисленных принципов формирования системы управления стоимостью обеспечивают отлаженную, гармонично построенную работу ее элементов, что позволяет не только достигать максимальных результатов функционирования системы в целом, но и обеспечивает возникновение дополнительных сил или эффекта синергии, который характеризует работу системы как единого целого, в процессе отлаженного взаимодействия подсистем и элементов рассматриваемой системы

Также помимо перечисленных принципов формирования систем стоимости, также имеют место несколько подходов к определению цены.

Существует несколько подходов к определению цены. В классическом, экономическом варианте компания, прежде всего, исходит из своих собственных затрат. Она рассчитывает себестоимость товара, учитывает все виды издержек и, наконец, закладывает определенную норму прибыли. Но в нынешних условиях этот подход нельзя назвать оптимальным.

Таким образом, в стратегическом подходе в формировании стоимости имеются разные принципы

и подходы к правильному и стратегическому управлению стоимости. Для этого изучается их структура и на чём она основывается. Эффективность использования соответствующих методов и принципов имеет большое значение для увеличения объемов продукции и прибыльности предприятия.

Список литературы

1. Алексеева, А.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева, Л. И. Ушвицкий. - М.: Финансы и статистика, 2016. - 672с.
2. Толпегина, О.А. Экономический анализ: Курс лекций / О.А.Толпегина. - М.: МИЭМП, 2015. – С.43-53.
3. Кавыршина О.А. Оценка и управление стоимостью предприятия (организации): учеб. пособие [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые, граф. данные (496 Кб) / О.А. Кавыршина, О.В. Дударева. – Воронеж: ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный технический университет», 2015.
4. Оценка стоимости предприятия (бизнеса)/А.Г. Грязнова, М.А. Федотова, М.А. Эскиндаров, Т.В. Тазихина, Е.Н. Иванова, О.Н. Щербакова. — М.: ИНТЕРРЕКЛАМА, 2016. — 544 с.
5. Коупленд Т., Коллер Т., Мурин Д. Стоимость компании: оценка и управление. [Пер. с англ. , науч. ред. Н.Н. Барышникова] / Т. Коупленд, Т. Коллер, Д.Мурин - 2-е изд.. – М.: Олимп-бизнес, 2017. – 565 с.
6. Харитонов А.Ю. Эффективное управление предприятием на основе его стоимости. - Архангельск: АГТУ, 2016. - 186 с.
7. Царев В.В. Оценка стоимости бизнеса. Теория и методология: учеб. пособие для студентов вузов. / В.В. Царев, А.А. Кантарович. -М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2017.-575 с.

УДК 657.1

ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РОССИИ В 2019 ГОДУ

СМИРНОВА ЕЛИЗАВЕТА СЕРГЕЕВНА

студент

ЧЕПРАКОВА ТАТЬЯНА НИКОЛАЕВНА

к.э.н, доцент

Северо-Кавказский федеральный университет

Аннотация: Показать стремление развития, ряд нововведений в сфере бухгалтерского учета и устранение различий между правилами введения учета в коммерческом секторе и бюджетной сфере.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, валютная политика, бухгалтерская отчетность, валюта, актив.

FEATURES OF ACCOUNTING IN RUSSIA IN 2019

Smirnova Elizaveta Sergeevna,
Cheprakov Tatiana Nikolaevna

Abstract: to Show the desire for development, a number of innovations in the field of accounting and the elimination of differences between the rules of the introduction of accounting in the commercial sector and the public sector.

Key words: accounting, currency policy, financial statements, currency, asset.

В настоящее время, российский бухгалтерский учет демонстрирует стремительное развитие, набирают популярность отдельные идеи и наработки в бухгалтерском учете и смежных ему отраслях. Начиная с 2019 года в России отмечается ряд нововведений в сфере бухгалтерского учета.

Наиболее серьезное и трудоемкое изменение коснется ПБУ/2006 «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте». С 1 января 2019 года, утвержденные Минфином России правила должны изменены. Вследствие все более ужесточаемой валютной политики страны, все активы и обязательства, выраженные в иностранной валюте, будут обязательно пересчитываться в национальном эквиваленте – рублях, для отражения в бухгалтерском учете и отчетности [4].

Основные изменения данного приказа Минфина России от 09.11.2017 № 180н. прежде всего предполагают:

- пересчет валютных активов и обязательств посредством кросс-курса (расчетное соотношение двух валют, исходя из их курса, исчисляемое к курсу третьей валюты);
- применение МСФО для учета курсовых разниц, в качестве мер защиты от валютных рисков;
- пересчет части валютной выручки, которая превышает полученный аванс;
- унифицированные формы и правила пересчета валютных активов и обязательств иностранной валюты в рубли, с целью улучшения деятельности организаций за пределами Российской Федерации [4].

В широком смысле, речь идет обо всех инвалютных операциях, таких как: финансовые вложения, средства на банковских счетах (банковские вклады), денежные суммы в кассах, платежные и денежные документы, материально-производственные запасы и внеоборотные активы (НМА, ОС), расчетные активы, займы и т.д.

Для работодателей, сотрудничающих с иностранными специалистами, также будет дополни-

тельной обязанностью следить за своевременным выездом коллег из Российской Федерации, так как ранее такая форма контроля отсутствовала в законодательстве. В случаях нарушения сроков легального пребывания иностранных партнеров в России, возможны штрафы от 500 тыс. руб. предъявляемые к соответствующей организации.

Одновременно с этим расширились полномочия главного бухгалтера или иного лица, выполняющего работу по ведению организационного учета. Теперь их требования будут обязательны к исполнению для всех сотрудников предприятия.

Ключевым нововведением в части положений по оплате труда, которое обязательно следует учитывать бухгалтеру, является утверждение закона о повышении МРОТ с 1 января 2019 года [2].

Согласно официальному интернет-порталу правовой информации, соответствующий Федеральный закон был утвержден Президентом Российской Федерации от 25.12.2018 №481-ФЗ. Закон предполагает увеличение МРОТ до отметки в 11 280 рублей в месяц или 100% от величины прожиточного минимума трудоспособного населения. При этом, Министерством труда был издан приказ от 24.08.2018 №550н, утверждающий размер прожиточного минимума для трудоспособного населения России в количестве 11 280 рублей. По сравнению с предыдущей величиной МРОТ в 2018, составляющей 9 489 рублей в месяц, настоящий показатель вырос на 4%. Данная величина законодательно закреплена в качестве МРОТ на весь текущий 2019 год [2].

Нельзя не отметить, нововведение касается введения санкций за незаконное увольнение работников предпенсионных возрастов. Госдумой Российской Федерации в окончательном чтении были приняты поправки в Уголовном кодексе об установлении ответственности за необоснованный отказ в приеме на работу или увольнении такой категории сотрудников. Предпенсионный возраст в РФ составляет пять лет перед выходом на пенсию. Таким образом, расширен перечень льготных категорий персонала, увольнение которых противоречит действующему законодательству. Если в прошлом году это были только беременные и женщины с малолетними детьми (возрастом до 3-х лет), то новостью для бухгалтера в 2019 году станет то, что к этим категориям добавились сотрудники предпенсионного возраста [6].

Бухгалтерскую отчетность, начиная с 2019 года, уже не нужно будет сдавать в Росстат, обязательной к сдаче останется только бухгалтерская отчетность в ФНС, что следует из Федерального закона от 28.11.2018 №444-ФЗ. Привычный многим бухгалтерам порядок сдачи бухгалтерской отчетности в двух экземплярах – для сдачи в органы ИФНС и Росстата, утратил свою силу. Согласно закону, начиная с 2019 года, бухгалтерская отчетность сдается исключительно в налоговые органы. Закон вступает в силу со дня его опубликования, но имеет переходные положения. В пункте 5 статьи 2 закона сказано, что Росстат прекращает сбор данных с 1 января 2020 года. Отчет за 2019 год компании сдают в период с 1 января по 31 марта 2020 года. Таким образом, отчетность за 2019 год сдается исключительно в ФНС [3].

Еще одним знаковым изменением по балансу является запрет его сдачи на бумаге. Для крупного бизнеса данное новшество вступает в силу с отчета 2019 года, а для субъектов малого предпринимательства, с отчета за 2020 год.

Изменения касаются также и форм бухгалтерской отчетности. Согласно информации официального правового портала, Министерством финансов Российской Федерации был опубликован приказ от 19.04.2019 №61н. Обновленные формы следует применять уже при формировании отчетности за 2019 год. Утвержденные поправки предполагают:

- переименование во всех формах строки ОКВЭД на ОКВЭД 2, в том числе исключение сокращения «млн.руб.» и кода 385 в поле ОКЕИ, и, тем самым, формирование бухгалтерской отчетности только в тысячах;
- добавление информации об обязательном аудите и проводящих его аудиторов в форму бухгалтерского баланса;
- изменение строки о налоге на прибыль в форме отчета о финансовых результатах [5].

Чтобы документы были составлены без нарушений, ответственным специалистом должны учитываться такие нововведения, как: исключение из объектов налогообложения движимого имущества (данный вид налога в РФ полностью отменен в 2019 году Федеральным законом №302-ФЗ); повышение ставки НДС до 20%; отмена декларации по УСН для упрощенцев, которые в работе используют он-

лайн-кассы. Это должно стимулировать предпринимателей активнее устанавливать такое оборудование, так как это даст возможность упростить процесс составления финансовой отчетности.

Бухгалтеры бюджетной сферы должны учитывать, что с 2019 года изменился [5]:

– порядок формирования и составления кодов бюджетной классификации — Приказ № 132н (Минфин России приказом от 08.06.2018 № 132н утвердил новый порядок формирования и применения кодов бюджетной классификации РФ (КБК). Документ размещен на официальном интернет-портале правовой информации и вступил в силу 9 сентября 2018 года. Правда, применять на практике его начнут уже в 2019 году, при формировании бюджета);

– порядок определения КОСГУ по проводимым операциям — Приказ №209н.

Ключевой целью таких изменений является устранение различий между правилами ведения учета в коммерческом секторе и бюджетной сфере. Простыми словами, законодатели стараются привести законодательную базу к такому виду, чтобы ей мог пользоваться и бухгалтер бюджетной организации, и главбух коммерческой фирмы. В настоящий момент это невозможно. Правда, нововведения бухучета 2019 года не сильно улучшат текущее положение дел, исправлять еще очень много, но и видимые результаты уже есть.

Список литературы

1. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 28.11.2018 N 444-ФЗ (последняя редакция) Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 28.11.2018, «Российская газета», N 271, 03.12.2018, «Собрание законодательства РФ», 03.12.2018, N 49 (часть I), ст. 7516

2. Федеральный закон «О внесении изменения в статью 1 Федерального закона «О минимальном размере оплаты труда» от 25.12.2018 N 481-ФЗ Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 25.12.2018, «Российская газета», N 294, 28.12.2018, «Собрание законодательства РФ», 31.12.2018, N 53 (часть I), ст. 8407

3. Федеральный закон «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации» от 03.08.2018 N 302-ФЗ Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 03.08.2018, «Российская газета», N 170, 06.08.2018, «Собрание законодательства РФ», 06.08.2018, N 32 (часть I), ст. 5095

4. Приказ Министерства финансов РФ №180н от 09.11.2017 о внесении изменений в Положение по бухгалтерскому учету «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте» (ПБУ 3/2006), утвержденное приказом Министерства финансов Российской Федерации от 27 ноября 2006 г. № 154н. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_283761/

5. Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 19.04.2019 № 61н «О внесении изменений в приказ Министерства финансов Российской Федерации от 2 июля 2010 г. № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (Зарегистрирован 20.05.2019 № 54667) Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201905210001?index=1&rangeSize=1>

6. Законопроект № 544570-7О внесении изменения в Уголовный кодекс Российской Федерации (об установлении уголовной ответственности за необоснованный отказ в приеме на работу или необоснованное увольнение лица по мотивам достижения им предпенсионного возраста) Режим доступа: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/544570-7>

УДК 330

ДИСКОМФОРТ В СУЩЕСТВУЮЩИХ ПЯТИЭТАЖНЫХ ЗДАНИЯХ ГОРОДА ДУШАНБЕ

НИГМАТОВ И.И

профессор

ХАСАНОВ МУХАММАДЗАРИФ ДЖАФАРАЛИЕВИЧ,

АБДУРАХМОНОВ А.М.

магистр 2-курса специальности ПЗ и С
ТТУ им. академика М.С.Осими

Аннотация: Представленная работа посвящена не комфортности или дискомфорту существующих пятиэтажных зданий в городе Душанбе полувековой давности.

Ключевые слова: реконструкция, теплозащита, энергоэффективность, теплотехника, эксплуатация, шумоизоляция, демография, комфортность, модернизация, жилищный фонд.

DISCOMFORT IN THE EXISTING FIVE-STORY BUILDINGS OF THE CITY OF DUSHANBE

Nigmatov I.I.,

Khasanov Muhammadzarif Jafaralievich,

Abdurahmonov A.M.

Abstract: The presented work is not about the comfort or discomfort of the existing five-story buildings in the city of Dushanbe half a century ago.

Key words: reconstruction, heat protection, energy efficiency, heat engineering, operation, noise insulation, demography, comfort, modernization, housing stock.

По нормативам полувековой давности проектировались и строились типовые пятиэтажки, с теплотехническими характеристиками их ограждений, с применением неэффективных теплоизоляционных материалов, не отвечающими современным требованиям.

Жилые дома первого поколения возводились в то же время, как высокой продолжительностью их эксплуатации сооружения первой категории. Эти дома имеют существенный запас несущей способности, которые подтверждены многочисленными исследованиями. Все они имеют моральный износ, как по эксплуатационным характеристикам, так и по планировочному решению-шумоизоляции, тепло, и гидро которые не отвечают потребительским качествам, современным нормативным требованиям комфортности, и внешнему облику зданий. В целом соответствующая требованиям предшествующих норм по зимним и летним условиям, теплозащита наружных стен и крыш жилых зданий, но не учитывающая затратное энергопотребление. В настоящее время тысячи жителей живут в недостаточно комфортных условиях. Необходимо отметить, что на сегодняшний день отсутствуют отечественные нормы по микроклимату зданий в республике.

Происшедшие за последние 15 лет изменения демографического состава населения Таджикистана в сторону увеличения числа пожилых людей, повышенные требования к качеству жилой среды, к планировочным, конструктивным, инженерным характеристикам, обуславливают актуальность первоочередной реконструкции модернизации жилищного фонда.

Наряду с этим, необходимо использовать современные эффективные архитектурно-

конструктивные решения, в новых проектных решениях зданий, предпринимая меры по повышению их энергоэффективности.

В течение 20 - 30 лет, развития городов Республики Таджикистан необходимо осуществление за счет более рационального использования территорий, уплотнения застройки до нормативного уровня без освоения новых пригородных территорий, за счёт сноса ветхого жилья. В существующих домах в соответствии с новыми теплотехническими нормативами необходимо осуществление реконструкции жилых кварталов с утеплением ограждающих конструкций. Необходимо рассмотрение целесообразности в условиях климата Центральной-Азии, а также переход на строительство и проектирование широко корпусных жилых домов, с обоснованием геометрических параметров. На сокращении на 20-30% удельной площади наружных ограждающих конструкций на квадратный метр площади жилья является основанием к стремлению этих решений.

Тем самым основные положения о состоянии существующего жилищного фонда можно охарактеризовать следующим образом:

- Ощущения в стране жилищного голода;
- Имеющий моральный износ, многочисленные типовые пятиэтажные дома как по планировочному решению, так и по эксплуатационным характеристикам;
- Не комфортное проживание в маленьких квартирах с односторонней ориентацией по сторонам света;
- Обладание существенными запасами несущей способности типовых пятиэтажных домов, что является перерасходом с точки зрения экономики;
- Существующие крупнопанельные дома возведенные на индустриальной основе имеют высокое потребление энергии, то-есть перерасход электроэнергии;
- Обладание низкой теплозащиты наружных ограждающих конструкций типовых панельных и кирпичных жилых домов;
- Низкая теплозащита в климатических условиях Центральной Азии вызывающая дискомфорт в области проживания в существующих пятиэтажных жилых домах;
- Возможность реконструирования пятиэтажных жилых домов;
- Отсутствие в республике Таджикистан в настоящее время отечественных норм по микроклимату зданий.

С учётом вышесказанного в настоящей статье следует выполнение необходимым образом нескольких анализов:

- Про анализирование на предмет реконструкции объемно-планировочных решений в существующем жилом фонде;
- Изучение иностранных опытов реконструкции пятиэтажных, и многоэтажных панельных и кирпичных домов;
- Про анализирование современного состояния теплозащиты существующих пятиэтажных зданий;
- С целью учета особенностей климата Центральной Азии, рассмотрение существующих подходов к нормированию микроклиматических параметров в жилых зданиях.

Список литературы

1. Якубов Н.Х «Тепловая защита зданий»
2. Кутуков В.Н. Реконструкция зданий. М. Высшая школа, 1981 г.
3. Пилухов Г.Ф. Модернизация жилых зданий. М. Стройиздат, 1986 г.
4. Бедов А.И. Сапрыкин В.Ф. Обследование и реконструкция железобетонных и каменных конструкций эксплуатируемых зданий и сооружений. М. 1995.
5. Маклакова Т.Г. Нанасова С.М. Шарапенко В.Г. Проектирование жилых и общественных зданий М.1998.

УДК330

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

АРУТЮНЯН БОРИС ЮРЬЕВИЧ

студент 2-го курса экономического факультета
ФГБОУ ВО Волгоградский государственный аграрный университет
Российская Федерация, г. Волгоград

Аннотация: В данной статье рассматривается цифровизация в сельском хозяйстве.

Ключевые слова: Сельское хозяйство, инновационное развитие, цифровизация.

DIGITALIZATION IN AGRICULTURE

ARUTYUNYAN BORIS YURYEVICH

Abstract: This article deals with digitization in agriculture.

Keywords: Agriculture, innovative development, digitalization.

В сельском хозяйстве внедрение цифровых технологий стало трендом, как и в других отраслях. В статье кратко рассмотрены недавние исследования в области точного земледелия и преимущества внедрения высокотехнологичных решений. Инновационное развитие сельского хозяйства в России в современных условиях достигло высокого уровня и устойчивого роста. При этом имеются скрытые резервы, которые дадут новый импульс развитию АПК в России. Инновационное развитие аграрного сектора требует применения информационно-коммуникационных технологий. Они могут обеспечить эффективную коммуникацию, взаимодействие в онлайн режиме. В условиях сетевой экономики технологические платформы должны стать одним из основных элементов цифровых экосистем. Для аграрных цифровых экосистем ключевыми могут стать две платформы «Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК – продукты здорового питания», «Евразийская сельскохозяйственная технологическая платформа», а дополняющими: «Космические и геоинформационные технологии – продукты глобальной конкурентоспособности»

Обладая потенциалом во введении в оборот земель, Россия наращивает урожайность зерновых, показывая самый высокий рост с 2000 года: 3 урожайность выросла почти на 60 процентов 1. Вместе с тем, по ряду показателей Россия существенно отстает от ведущих экономик, урожайность зерновых уступает урожайности в США и Германии в 3-4 раза, стоимость с/х продукции на одного работника в 22 раза ниже чем в США

Благодаря механизмам государственной поддержки АПК, в рамках имеющегося финансирования, практически в 3 раза увеличен объем средств на покупку сельхозтехники по льготным ценам (до 5,2 млрд руб.), идет перевооружение отрасли, вместе с тем, слабый экспортный потенциал приводит к снижению инвестиций в основной капитал, экономия на приобретаемой и поставляемой технике приводит к тому, что она не удовлетворяет требованиям подключения к платформам телеметрии и управления интернета вещей. Вместе с тем, Россия должна быть готова к выходу отечественных сельхозпроизводителей на зарубежный рынок, особенно с продукцией высокой добавленной стоимости. Отсутствие процессов совместимых с высокими требованиями к производству, принятыми на рынках зарубежных стран может привести к кризисным явлениям в отечественных отраслях с высоким потенциалом и динамикой быстрого роста: свиноводстве, птицеводстве, производстве сахара, масложировой промышленности, по мере насыщения внутреннего рынка.

Развитие сельского хозяйства в России в последние годы в условиях эмбарго на импорт ряда продуктов, уже обозначили некоторые отраслевые проблемы, которые требуют решения. Сельское

хозяйство в России является составной частью агропромышленного комплекса, программа «Цифровизации сельского хозяйства» должна обеспечить участникам возможность использовать широкополосную, мобильную, LPWAN связь, информационные технологии (малые и большие данные, ИИ, платформы управления) отечественного приборостроения (метки, контроллеры, датчики, элементы управления).

Таблица 1

	Валовая стоимость с/х продукции млрддолл	Доля с/х продукции в ВВП страны, %	Валовая стоимость с/х продукции на работника, в тыс	Численность населения занятого в сельском хозяйстве (лесное и рыбное хозяйство)		Численность занятых, млн чел.
				% от общей занятости	тыс. чел	
США	197	1,1	180	0,7	1010	157
Германия	20	0,6	28	1,6	720	45
Россия	61	4,6	8	9,4	7198	77
Китай	977	8,9	3	33,6	337344	1004
Индия	355	17,0	1	49,0	245882	502

Текущий уровень цифровизации отечественного сельского хозяйства, вызывает серьезную обеспокоенность: недостаток научно-практических знаний по инновационным современным агротехнологиям и методологии, отсутствие глобального прогноза по ценам на сельхозпродукцию, а также неразвитость системы логистики, хранения и доставки приводят к высоким издержкам производства. Небольшое число сельскохозяйственных товаропроизводителей обладают финансовыми возможностями для закупки новой техники, использования ИТ-оборудования и платформ. Размер затрат ИКТ по разделу «Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство», по данным Росстата в 2015 году составили 4 млрд. руб., что составляет 0,34 процента от всех ИКТ-инвестиций во все отрасли хозяйства, в 2017 году 0,85 млрд. руб. или 0,2 процента. Это самый низкий показатель по отраслям, что свидетельствует о низкой цифровизации отечественного сельскохозяйственного хозяйства, однако эта цифра подчеркивает, что отрасль обладает наибольшим потенциалом для инвестиций в ИКТ

По материалам статьи можно сделать вывод, что цифровая экономика в сельском хозяйстве позволит сформировать новую структуру цифровой экосистемы аграрного сектора. Вместе с цифровыми активами аграрного сектора в ней на технологических платформах будут размещаться инновационные проекты. Для создания и функционирования цифровой аграрного сектора Российской Федерации XXI века необходимы скоординированные действия всех участников, специалисты, обладающие новыми компетенциями, высокие финансовые затраты, развитая ИТ-структура, методическое и правовое обеспечение. Цифровизация бизнес-процессов позволит перейти российскому АПК на новый этап развития и обеспечит его конкурентными преимуществами.

УДК 331.108

ЭТАПЫ ВНЕДРЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ НА ПРАКТИКЕ

БЛОХИН ИВАН ПАВЛОВИЧ

магистр

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнёва

Аннотация: В статье рассмотрено поэтапное внедрение профессиональных стандартов на практике. Актуальность данной темы заключается в том, что внедрение профессиональных стандартов должно быть последовательным. В данной статье показано какие этапы присутствуют в процессе внедрения профессиональных стандартов, что облегчит процесс внедрения на конкретном предприятии.

Ключевые слова: профессиональные стандарты, этапы внедрения, разработка и внедрение, применение профессиональных стандартов.

DEVELOPMENT AND CONDITIONS FOR THE IMPLEMENTATION OF PROFESSIONAL STANDARDS IN THE SPHERE OF CONSTRUCTION

Blokhin Ivan Pavlovich

Abstract: The article describes the phased implementation of professional standards in practice. The relevance of this topic is that the implementation of professional standards should be consistent. This article shows what steps are present in the process of introducing professional standards, which will facilitate the implementation process in a particular enterprise.

Key words: professional standards, stages of implementation, development and implementation of professional standards.

Если при определении наименования должностей и при установлении квалификационных требований к своим работникам компания обязана руководствоваться профессиональными стандартами, их следует внедрить и закрепить применение соответствующими документами. Рассмотрим процедуру и последствия введения профстандартов в организации.

Порядок внедрения профессиональных стандартов [Приложение А]

В процедуре внедрения профессиональных стандартов можно выделить пять этапов.

Этап 1 — создание рабочей группы. Данный этап включает в себя определение состава рабочей группы, которая будет заниматься внедрением профессиональных стандартов, а также полномочий ее участников.

В группу могут входить экономисты по труду или работники, которые ответственны за разработку штатного расписания, специалисты по управлению персоналом, юристы, а также руководители структурных подразделений.

Указанные выше лица изучают необходимые нормативно-правовые документы всех уровней с учетом видов деятельности компании и разрабатывают план внедрения профессиональных стандартов.

Создание рабочей группы утверждают соответствующим приказом. Все члены группы должны быть ознакомлены с ним под подпись.

Этап 2 — утверждение плана мероприятий по внедрению профессиональных стандартов. В документе указывают все необходимые мероприятия, сроки их выполнения, ответственные лица и критерии выполнения процедур внедрения профессиональных стандартов.

Этап 3 — реализация установленных в плане мероприятий. На данном этапе исполнители определяют, для каких должностей наличие профстандартов является обязательным, проверяют соответствие квалификации работников профстандартам и вносят изменения в документы компании.

Определение должностей, по которым применяются профстандарты, производится путем сверки должностей, указанных в штатном расписании, с реестром утвержденных профессиональных стандартов, приведенных на сайте Минтруда России (<https://rosmintrud.ru/>). Если выявлены какие-либо расхождения, их необходимо зафиксировать в протоколе заседания рабочей группы.

Проверка соответствия квалификации работников профессиональным стандартам проводится путем анализа раздела III профессионального стандарта «Характеристика обобщенных трудовых функций». Также необходимо изучить разделы: «Уровень квалификации», «Требования к образованию» и «Требования к опыту практической работы». Если обнаружены расхождения, их необходимо внести в протокол.

Следующим шагом является изменение в должностной инструкции требований к образованию, стажу и наименованиям должностей, по которым профстандарты являются обязательными. Отметим, что если должностная инструкция — неотъемлемая часть трудового договора, то ее изменение возможно только с согласия работника, путем оформления дополнительного соглашения к трудовому договору.

Далее вносят изменения в штатное расписание. Сделать это можно двумя способами: утверждением нового документа или изданием приказа о внесении изменений в действующее штатное расписание.

Последним шагом на данном этапе является подготовка проекта изменений в локальные нормативные акты компании. Так, если профстандарт является обязательным, то положение об оплате труда должно включать в себя систему оплаты с учетом квалификационных уровней, которые в нем указаны.

В компании есть штатная единица «Инженер по охране труда». В профессиональном стандарте, обязательном к применению, указано наименование должности «Специалист в области охраны труда».

Рабочая группа перевела работника на должность «Специалист в области охраны труда».

При этом были внесены изменения в должностную инструкцию работника (в первую очередь это наименование самой должности и должностные обязанности).

Список литературы

1. Профстандарты создадут дополнительные проблемы для малого и среднего бизнеса. URL: <http://www.rationalgrain.ru/news/profstandarty-sozhdadut-dopolnitelnuyu-problemu-dly>
2. Российские компании все еще не готовы внедрять профстандарты. URL: <http://hrdocs.ru/novosti/gotovnost-k-profstandartam2>.
3. КоАП РФ Статья 5.27. Нарушение трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права.

© И. П. Блохин, 2019

УДК 657.633.5

ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

БАБИЧ АННА АНАТОЛЬЕВНА

к.э.н., доцент

СИРОТИНА ЕВГЕНИЯ ПЕТРОВНА

студент

ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»

Аннотация: В данной статье изучены подходы к трактовке термина «внутренний контроль» отечественных и зарубежных ученых, рассмотрены формы организации внутреннего контроля на предприятии и их особенности, обоснована необходимость создания службы внутреннего контроля в организации.

Ключевые слова: внутренний контроль, внутренний аудит, ревизия, контроль и ревизия, аутсорсинг.

INTERNAL CONTROL AND FORMS OF INTERNAL CONTROL

**Babich Anna Anatolyevna,
Sirotnina Evgenia Petrovna**

Abstract: In this article, the approaches to the interpretation of the term “internal control” of domestic and foreign scientists are studied, the forms of organization of internal control at the enterprise and their features are considered, the necessity of creating an internal control service in the organization is justified.

Keywords: internal control, internal audit, revision, control and audit, outsourcing.

В современных рыночных условиях каждое предприятие обязано соответствовать определенным требованиям экономики. Это препятствуется такими факторами как: нарушения и хищения внутри предприятия, конкуренция, нестабильная ситуация в экономической составляющей государства и т.д. В целях минимизации воздействия вышеперечисленных факторов создается система внутреннего контроля, которая обеспечивает развитие и поддержание жизнедеятельности предприятия, а также его экономическую безопасность.

Трактовка и характеристика внутреннего контроля довольно неоднозначна. Рассмотрим различные подходы относительно толкования и цели внутреннего контроля.

Так, В.В. Бурцев рассматривает внутренний контроль с двух позиций: «Понятие внутреннего контроля можно трактовать в широком смысле как систему (входящую в систему управления организацией), состоящую из ряда элементов. Внутренний контроль в достаточно узком смысле — один из этапов процесса управления» [2].

Также В.В.Бурцев определил перечень целей внутреннего контроля на предприятии, а именно достижение:

- 1) соответствия деятельности организации принятому курсу действий и стратегии;
- 2) устойчивости организации с финансово-экономической, рыночной и правовой точек зрения;
- 3) сохранности ресурсов и потенциалов организации;
- 4) должного уровня полноты и точности первичных документов и качества первичной информации для успешного руководства и принятия эффективных управленческих решений;
- 5) безошибочности регистрации и обработки финансово-хозяйственных операций организации;
- 6) рационального и экономного использования всех видов ресурсов;

7) соблюдения работниками организации установленных администрацией требований, правил и процедур;

8) соблюдения требований федеральных законов и подзаконных актов, изданных органами власти и ее субъектов,

По мнению А. М. Богомолова и Н. А. Голощапова: «Внутрихозяйственный контроль включает не только бухгалтерский учёт, а всю финансово-хозяйственную деятельность структурных подразделений и предприятия в целом» [3].

Изучим трактовки понятия «внутренний контроль» зарубежных ученых.

Адамс Р. характеризует внутренний контроль как: «контроль, который осуществляется путём проверки и оценки адекватности и эффективности других видов контроля» [1].

Обобщая, внутренний контроль можно интерпретировать как форму обратной связи между органом управления и управляемым объектом посредством которой руководитель получает необходимую информацию, обеспечивающую возможность принятия эффективных управленческих решений, а также их исполнение.

Статья 19 Федерального закона от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» обязывает экономический субъект организовывать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни [5].

Существует несколько видов организации внутреннего контроля на предприятии: внутренний аудит, структурно-функциональный внутренний контроль, ревизия, аутсорсинг и косорсинг.

Форма внутреннего контроля выбирается исходя из сложности организационной структуры, правовой формы предприятия, видов и масштабов деятельности, а также непосредственно преследуемой руководством организации цели при осуществлении контроля.

Служба внутреннего аудита создается в крупных и средних предприятиях со сложной организационной структурой, в случаях наличия ряда филиалов и дочерних компаний, разнообразия видов деятельности и возможности их кооперирования, а также стремления высшего руководства получить достоверную информацию и оценку действий руководителей всех уровней управления. К преимуществам службы внутреннего аудита можно отнести независимость контроля, а также полноту отчета о проведенных проверках, а следовательно, своевременное устранение выявленных уязвимостей в системе контроля. К недостаткам такой формы организации относятся высокие затраты на заработную плату и техническую оснащенность.

Структурно-функциональная форма внутреннего контроля наиболее выгодна для малых предприятий с простой организационной структурой, поскольку не предполагает крупных затрат при ее создании и функционировании. Особенностью данной формы является привлечение внешних аудиторов для совместного со специалистами организации создания нормативной базы, регламентирующей порядок проведения контрольных мероприятий, документацию по их результатам и подготовку решений по устранению выявленных недостатков. К достоинствам данной формы внутреннего контроля можно отнести незначительные затраты при организации, а также делегация полномочий между сотрудниками, которые уже посвящены в аспекты работы на конкретном предприятии. Недостатком структурно-функциональной формы внутреннего контроля является недостаточность уровня квалификации специалистов.

Первоначальной формой контроля является ревизия, но относительно среднего и малого бизнеса она считается не самой подходящей формой контроля. Несмотря на то, что ревизия за многие годы накопила апробированную нормативную форму и методологические базы, ревизор по-прежнему выполняет лишь последующий контроль по распоряжению руководства, тем самым не удовлетворяя интересы собственников.

Наименее популярной формой внутреннего контроля является аутсорсинг. Аутсорсинг - способ организации внутреннего контроля, заключающийся в передаче внешнему консультанту (специализированной компании) целиком функций внутреннего контроля. Достоинства данной формы заключается в привлечении независимых специалистов, а также экспертов разных областей. Недостатками аутсорсинга можно считать недостаточную ознакомленность привлеченных специалистов с бизнесом организации, стремлении эксперта выполнить работу в кратчайшие сроки и финансовая заинтересованность

привлеченных работников, так как контроль в данном случае выступает как предоставляемая услуга.

Косорсинг – способ организации внутреннего контроля, основанный на разделении функций между подразделением внутри компании и сторонней организацией. Преимуществами данной формы являются более низкие затраты, чем при организации структурно-функциональной формы, а также заинтересованность работников в оказании качественных услуг по сравнению с аутсорсингом.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что вне зависимости от рассмотренных видов внутреннего контроля, он обеспечивает достоверность информации для высшего руководства при принятии управленческих решений, что повышает эффективность предприятия в целом. Следовательно, в современных условиях появляется острая необходимость в организации органа внутреннего контроля на предприятиях любого масштаба и вида деятельности.

Список литературы

1. Адамс Р. Основы аудита: / Р. Адамс; Под ред. проф. Я. В. Соколова; пер. с англ. М.: Аудит, ЮНИТИ, 1995. 398 с.
2. Бурцев В.В. Организация системы внутреннего контроля коммерческой организации. - М.: Экзамен, 2000. - 320с.
3. Богомолов А. М. Внутренний аудит. Организация и методика проведения / А. М. Богомолов, Н. А. Голощапов. М.: «Экзамен», 1999. 192 с.
4. Резниченко, С.М. Современные системы внутреннего контроля: учебное пособие /С.М. Резниченко. – М.: Феникс, 2015. – 510 с.
5. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 28.11.2018) "О бухгалтерском учете"

УДК 331.108

РАЗРАБОТКА И УСЛОВИЯ ВНЕДРЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ В СФЕРЕ СТРОИТЕЛЬСТВА

БЛОХИН ИВАН ПАВЛОВИЧ

магистр

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнёва

Аннотация: В статье рассмотрены разработка и условия внедрения профессиональных стандартов в сфере строительства. Тематика данной статьи актуальна тем, что условия внедрения профессиональных стандартов очень важны для строительных организаций. Разработка профессиональных стандартов позволяет нам провести анализ и сравнить что было до профессиональных стандартов, тем самым определить эффективность внедрения профессиональных стандартов.

Ключевые слова: профессиональные стандарты, сфера строительства, разработка и внедрение, применение профессиональных стандартов.

DEVELOPMENT AND CONDITIONS FOR THE IMPLEMENTATION OF PROFESSIONAL STANDARDS IN THE SPHERE OF CONSTRUCTION

Blokhin Ivan Pavlovich

Abstract: The article describes the development and conditions for the implementation of professional standards in the field of construction. The topic of this article is relevant in that the conditions for the implementation of professional standards are very important for construction companies. The development of professional standards allows us to analyze and compare what happened to professional standards, thereby determining the effectiveness of the implementation of professional standards.

Key words: professional standards, construction, development and implementation of professional standards.

Если предписаний об обязательном применении профессиональных стандартов в законах нет, то тогда их нужно применять работодателям в качестве основы, для определения требований к квалификации сотрудников и с учетом специфики производства. Сейчас в сфере строительства действуют стандарты для работников технического профиля, которые выполняют административные функции: по эксплуатации лифтов в зданиях; по оценке безопасности лифтов; по утилизации отходов; по обеспечению работы твердотопливных котлов; по эксплуатации уличных газопроводов с низким давлением; по эксплуатации водоподготовительных станций; по применению оборудования газоснабжения в помещениях жилого типа; по управлению жилфондом; по обеспечению функционирования жидкотопливных, электрических и газовых котлов; по эксплуатации жилых домов; по эксплуатации теплосетей; по применению водопроводных насосных станций; по эксплуатации очистной инфраструктуры; по применению функционирования водозаборной инфраструктуры; по управлению жилым домом; по абонентскому обслуживанию пользователей инфраструктуры; по эксплуатации линий электропередач; по применению функционирования распределительной и трансформаторной инфраструктуры; в сфере производственной и технологической поставки строительства; в сфере поставок строительства машинами и механизмами; в сфере поставок строительства материалами и конструкциями; в сфере планово-

экономической поставки строительства; по плано-экономической поддержке поставщика услуг водоотведения и водоснабжения; по инфраструктуре диспетчерского контроля; по химическому анализу воды; в сфере ценовой политики в ЖКХ; по экспертизе безопасности лифтов; по контролю антикоррозионных систем в строительстве; по обеспечению работы диспетчерской аварийной службы.

Утверждены профстандарты для таких профессий: профстандарты для электромехаников; профстандарты для монтажников; профстандарты для машинистов. Утверждены профстандарты для эксплуатации следующих систем: по техническому обслуживанию, эксплуатации, ремонту эскалаторов и конвейеров; по лифтам; оборудованию, устанавливаемым в котельных; вентиляционных системах; лифтов, эскалаторов, подъемных платформ для инвалидов; конструкций из бетона и металлов; каркасно-обшивных элементов; опалубочных платформ; турбинного оборудования. Также стандарты утверждены и для уличных трубопроводов; санитарно-технической инфраструктуры; технологических трубопроводов; технологической инфраструктуры и конструкций; электрических систем в жилых домах; инфраструктуры автоматического контроля. Утверждены профстандарты для операторов: по управлению проходческими платформами; платформ горизонтального бурения; водозаборной инфраструктуры; на системах водоотведения; на решетках, песколовках, а также жироловках; по обезвреживанию стоков и дополнительной очистке; озонаторных устройств; по обеспечению функционирования подъемного оборудования и лифтов; по обработке сырого и илового осадка. Приняты профстандарты для инженеров, которые специализируются на проектировании: инфраструктуры для тепловых, котельных пунктов, теплоэлектроцентралей; водоочистой инфраструктуры; газового оборудования в котельных, теплоэлектроцентралях; теплосетей; насосного оборудования для водоотведения и водоснабжения. Приняты профстандарты для работников: по обеспечению работы полигонов твердых отходов; по сортировке твердых отходов; по теплоизоляции трубопроводов, гидроизоляции, систем отопления; цехов по сортировке отходов; по обслуживанию приборов учета потребления электричества и тепла; ремонт трансформаторных устройств в инфраструктуре электроснабжения; по процессу обслуживания инфраструктуры водоподготовки в отопительных системах; по обслуживанию насосов и компрессоров в системах отопления, водопроводах. Утверждены профстандарты для слесарей по следующим специализациям: слесарь по ремонту устройств в котельных; слесарь строительный; слесарь санитарно-технической инфраструктуры. Утверждены профстандарты в строительстве для рабочих по таким профессиям: рабочий по уборке территории жилых домов; дорожный рабочий; рабочий-кровельщик; рабочий по эксплуатации газовой инфраструктуры; арматурщик; рабочий по укладке бетона и асфальта; рабочий-изолировщик; рабочий-паркетчик; мостовщик; рабочий по установке конструкций из стекла; маляр; рабочий по бетону; штукатур; каменщик; рабочий-огнеупорщик; котлочист; рабочий-гидротехник. Также на сегодняшний день утверждены профессиональные стандарты руководства в сфере строительства. А именно: руководитель строительной компании; организатор производства.

Если в соответствии с Трудовым кодексом РФ, иными федеральными законами с выполнением работ по определенным должностям, профессиям, специальностям связано предоставление компенсаций и льгот либо наличие ограничений, то наименование этих должностей, профессий или специальностей и квалификационные требования к ним должны соответствовать наименованиям и требованиям, указанным в квалификационных справочниках, утверждаемых в порядке, устанавливаемом Правительством РФ, или соответствующим положениям профессиональных стандартов.

Должность руководителя организации подразумевает наличие определенных ограничений. Например, в соответствии со ст. 276 ТК РФ руководитель организации может работать по совместительству у другого работодателя только с разрешения уполномоченного органа юридического лица либо собственника имущества организации, либо уполномоченного собственником лица (органа). Руководитель организации не может входить в состав органов, осуществляющих функции надзора и контроля в данной организации.

Следовательно, наименование должности руководителя организации, в том числе строительной организации должно соответствовать наименованиям и требованиям, указанным в квалификационных справочниках, утверждаемых в порядке, устанавливаемом Правительством РФ, или соответствующим положениям профессиональных стандартов.

Список литературы

1. Справочник кадровика. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pro-personal.ru/article/7562-shkola-kadrovogo-rezerva>
2. Профстандарты. Новые правила применения с 1 июля 2016 года.
3. КоАП РФ Статья 5.27. Нарушение трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права.

© И. П. Блохин, 2019

УДК 004

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ СВЯЗИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

МАРКАРЬЯН ЮЛИЯ АРТЕМОВНА

к.т.н., доцент

ШУМАН АНДРЕЙ АНАТОЛЬЕВИЧ

студент 1 курса магистратуры

Донской государственной технической университет

Аннотация: В данной статье рассматривается рынок сотовой связи. России занимает одно из ведущих мест в мире по развитию рынка сотовых услуг. В обозримом будущем у современной России имеются все шансы для того, чтобы при помощи креативных ресурсов достичь самого высокого уровня развития рынка сотовой связи.

Ключевые слова: рынок сотовой связи, сотовые операторы, рынок услуг связи, телекоммуникационные услуги, развития сетей связи, цифровая экономика.

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE MARKET OF COMMUNICATION SERVICES IN A DIGITAL ECONOMY

**Markaryan Yulia,
Shuman Andrey**

Abstract: This article discusses the cellular market. Russia occupies one of the leading places in the world in the development of the market of cellular services. In the foreseeable future, modern Russia has every chance to achieve the highest level of development of the cellular market with the help of creative resources.

Keywords: cellular market, mobile operators, market of communication services, telecommunication services, development of communication networks, digital economy.

В настоящее время отрасль услуг связи является одной из ключевых для развития экономики страны. Развитие телекоммуникаций – обязательно условие для формирования инфраструктуры бизнеса, создания благоприятных условий по привлечению инвестиций в страну, разрешения задач занятости населения, внедрения современных информационных технологий.

Зарождение первой коммерческой сотовой связи в России началось 9 сентября 1991 года. Компания ЗАО «Дельта Телеком», которая была на тот момент первым российским оператором мобильной связи, предоставляла своим покупателям сотовый телефон от компании Nokia, свою очередь который имел вес более трех килограммов. Первым человеком, который воспользовался данным типом связи на территории России был Анатолий Собчак, он демонстративно совершил символический звонок Дэвиду Динкинсу (мэру Нью-Йорка). [1]

Основным показателем развития мобильной сотовой связи (или сотовой подвижной связи) является уровень проникновения сотовой связи — число абонентских терминалов на 100 человек. В экономически развитых странах, этот показатель давно уже превысил все предполагаемые показатели: сотовый телефон стал более распространенным, чем стационарный. [4]

В России можно выделить несколько этапов становления сотовой связи. Изучим каждый из них:

— Развития сотовой связи (1991-1994 гг.) в России можно назвать рискованным инвестиционным фондом. Это подтверждается специфическими особенностями: планирование рынка мобильной

связи, сертификация, закупка и ввод в эксплуатацию достаточно сложного технологического оборудования, формирование покупательского спроса.

— За период (1993-1998 гг.) был охарактеризован вводом в эксплуатацию новых сетей. В данном периоде было выдано более 60 лицензий на предоставление услуг подвижной сотовой связи стандарта GSM. В это время появляются новые в России сотовые операторы такие как «Билайн» и «МТС».

— Следующий этап (1998-2000 гг.) становления сотовой связи в России охарактеризован кризисом, оттоком абонентов. Этот период серьезно повлиял на развитие сотовой связи: отбросил на несколько лет назад.

— По истине взрывной рост сотовой связи в России пришелся на 2001-2004 года. В это время увеличивается количество подключенных абонентов. Происходит трансформация расширение сотового покрытия: в отдаленных регионах появляется мобильная связь.

— Стабилизация рынка мобильной связи можно считать 2005-2008 год. Крупные операторы: «МТС», «ВымпелКом» и «Мегафон», продолжили увеличивать свое влияние на рынке услуг связи. В это же время появляются дополнительные услуги: электронная почта, возможность выхода в интернет, банковское обслуживание.

— Полное насыщение рынка мобильной связи продолжается с 2008 года по настоящее время. На данный момент можно констатировать финальный этап в развитие рынка мобильной связи, который сместил первоначальный этап насыщения. На сегодняшние расширение рынка мобильной связи так же влияет нестабильные макроэкономические условия. Крупные сотовые операторы вынуждены снижать капитальные затраты.

В настоящее время именно в сегменте сотовой связи развернулась наиболее острая конкурентная борьба. Взаимное проникновение сегментов рынка телекоммуникационных услуг друг в друга, вследствие чего, конкурентная борьба происходит не только между поставщиками услуг сотовой связи, но и с предприятиями соседних сегментов. [3]

Развитие информационно-телекоммуникационной инфраструктуры рассматривается правительством России как один из принципиальных факторов подъема национальной экономики, чтобы обеспечить продуктивный диалог бизнеса и государства при реализации одноименной национальной программы, укрепления авторитета страны в международном сообществе. В утвержденной распоряжением Правительства РФ от 28 июля 2017 г., прописано: «Реализация настоящей Программы осуществляется в соответствии с целями, задачами, направлениями, объемами и сроками реализации основных мер государственной политики Российской Федерации по созданию необходимых условий для развития цифровой экономики Российской Федерации, в которой данные в цифровой форме являются ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности, что повышает конкурентоспособность страны, качество жизни граждан, обеспечивает экономический рост и национальный суверенитет». [5]

Цифровая экономика характеризуется большими возможностями для того, чтобы развивать систему государственного управления: позволит минимизировать коррупцию, осуществлять более точные социально-экономические прогнозы как отдельных административно-территориальных единиц, так и всей страны в целом. [2] Количество денег, которые потребуется на реализацию данных программ могут достигнуть 3,5 трлн руб.

Основными результатами деятельности по этому направлению должна стать разработка в Российской Федерации до 2024 г. генеральной схемы развития сетей связи и инфраструктуры хранения и обработки данных, а также концепции создания и развития сетей 5G к 2020 году. [6] Наибольший потенциал для такой трансформации к внедрению автоматизированных процессов улучшит качество обслуживания клиентов, продажу услуг, выставление счетов и прочие операции. Доступность новых технологий может помочь в автоматизации многих процессов в работе всей компании, минимизируя затраты и снижая вероятность допущения ошибки человеческого фактора.

Список литературы

1. Апраксимова О.А. Влияние технологических изменений на структуру телекоммуникаций // Экономический вестник РГУ - 2016. - № 3. - С. 6-10.
2. Доклад «Цифровая экономика: глобальные тренды и практика российского бизнеса. // [Электронный ресурс] URL: <https://imi.hsi.ru/pr2017> (дата обращения 08.04.2019)
3. Романова А.Ю. Сущность современной стратегии продвижения услуг компаний сотовой связи/ Дискуссия Политематический журнал науч. публ. №10 (51) ноябрь 2014 // [Электронный ресурс] URL: <http://www.journaldiscussion.ru> (дата обращения 19.10.2015)
4. Российские телекоммуникации: условия и перспективы развития конкуренции / С.Б. Авдашева, Е.А. Голубицкая, Г.М. Жигульская, В.Л. Тамбовцев, В.Е. Цапелик, А.Е. Шаститко. — М.: ТЕИС, 2015. — С. 51.
5. Цифровая экономика Российской Федерации: распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 г. № 1632-р // Доступ из справ. -правовой системы «Консультант Плюс (дата обращения 08.04.2019)
6. Цифровая экономика: как специалисты понимают этот термин // РИА Новости. // [Электронный ресурс] URL: <https://ria.ru/science> (дата обращения 08.04.2019)

УДК 338.001.36

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДИК РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ

БАРАНОВА ИННА ВЛАДИМИРОВНА

д-р экон. наук, профессор

КАЗАРЕЗОВА ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА,**КУЗНЕЦОВА ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА,****СЛОНОВА ЕЛЕНА ВЯЧЕСЛАВОВНА**

студенты

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный технический университет»

Аннотация: в данной статье обоснована значимость проведения рейтинговой оценки финансового состояния организации. Проведен сравнительный анализ российских методик рейтинговой оценки финансового состояния организации. Так как в процессе анализа отдельных показателей, характеризующих финансовую устойчивость, ликвидность и платежеспособность, не всегда можно комплексно оценить финансовое положение организации и возможные финансовые риски, в том числе вероятность банкротства, то актуализируется необходимость проведения комплексной рейтинговой оценки, в том числе в пространственно-временном аспекте.

Ключевые слова: рейтинговая оценка, финансовое состояние, сравнительный анализ, методики, показатели.

COMPARATIVE ANALYSIS OF METHODS OF RATING ASSESSMENT OF THE FINANCIAL CONDITION

**Baranova Inna Vladimirovna,
Kazarezova Ekaterina Sergeevna,
Kuznetsova Ekaterina Sergeevna,
Slonova Elena Vyacheslavovna**

Abstract: this article substantiates the importance of conducting a rating assessment of the financial condition of an organization. A comparative analysis of the Russian methods of rating the financial condition of the organization. Since in the process of analyzing individual indicators characterizing financial stability, liquidity and solvency, it is not always possible to comprehensively assess the organization's financial situation and possible financial risks, including the likelihood of bankruptcy, the need for a comprehensive rating assessment is actualized, including in the space-time aspect.

Keywords: rating assessment, financial condition, comparative analysis, methods, indicators.

В условиях рыночной экономики необходимым условием функционирования организации является ее устойчивое финансовое состояние, которое является важнейшей детерминантой эффективности деятельности организации. Потеря финансовой устойчивости грозит высокой вероятностью банкротства.

Финансово-хозяйственная деятельность организации характеризуется большим количеством показателей, поэтому для однозначной оценки изменения финансового состояния в пространственно-

временном аспекте необходимо применять рейтинговую оценку.

Рейтинговая оценка финансового состояния представляет собой обобщенную количественную характеристику финансового состояния организации, что позволяет определить ее место на рынке путем отнесения к какому-либо классу или группе. Главной целью проведения рейтинговой оценки является оперативное определение степени финансовой устойчивости организации и оценка ее в качестве делового партнера [1, с.114].

В экономической литературе представлены разнообразные методические подходы, ориентированные на рейтинговую оценку организаций. Изучение экономической литературы показало, что в России разработкой методик рейтинговой оценки финансового состояния занимались А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев, Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова, А.Н. Салова, В.Г. Маслова, Г.В. Савицкая, а за рубежом такие ученые как Д. Дюран, Э. Альтман, У. Бивер и другие.

В рамках исследования был проведен сравнительный анализ рейтинговой оценки финансового состояния авторских методик отечественных ученых: А.Д. Шеремета и Е.В. Негашева, Л.В. Донцовой и Н.А. Никифоровой, А.Н. Саловой и В.Г. Масловой (см. таблицу). В данной статье не рассматривается сравнение с зарубежными методиками, так как исследователи используют примерно одинаковый с российскими аналитиками набор показателей, характеризующих финансовое состояние организации, но критериальные показатели существенно отличаются в том числе под воздействием различных макроэкономических факторов разных стран.

Таблица 1

Основное содержание методик рейтинговой оценки финансового состояния*

Направления сравнения	А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев	Л.В.Донцова, Н.А. Никифорова	А.Н. Салова, В.Г. Маслова	Г.В. Савицкая
Показатели оценки	– показатели эффективности хозяйственной деятельности; – показатели рыночной устойчивости; – показатели оценки ликвидности; – показатели оценки платежеспособности.	– коэффициент абсолютной ликвидности; – коэффициент критической оценки; – коэффициент текущей ликвидности; – доля оборотных средств в активах; – коэффициент обеспеченности собственными средствами; – коэффициент капитализации; – коэффициент финансовой независимости; – коэффициент финансовой устойчивости.	– показатели финансовой устойчивости; – показатели платежеспособности; – показатели деловой активности; – показатели оценки структуры баланса; – показатели рентабельности.	– коэффициент абсолютной ликвидности; – коэффициент быстрой ликвидности; – коэффициент текущей ликвидности; – коэффициент автономии; – коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами; – коэффициент обеспеченности запасов собственным оборотным капиталом.
Цель рейтинговой оценки	Сравнение показателей организации с соответствующими показателями «эталонной» организации.	Классификации организаций по степени финансового риска.	Сравнения показателей организации с нормативными величинами. При этом происходит распределение этих значений по зонам удаленности от оптимального уровня.	Оценка степени финансового риска организаций.
Методика рейтинговой оценки	1. Расчет количественных значений исследуемых показателей.	1. Расчет количественных значений исследуемых показателей.	1. Расчет количественных значений исследуемых показателей.	1. Расчет количественных значений исследуемых показателей.

Направления сравнения	А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев	Л.В.Донцова, Н.А. Никифорова	А.Н. Салова, В.Г Маслова	Г.В. Савицкая
	<p>2. Представление исходных данных в виде матрицы.</p> <p>3. Нахождение по каждому из показателей максимального значения, то есть «эталонного» значения.</p> <p>3. Исходные показатели матрицы стандартизируются в отношении соответствующего показателя «эталонной» организации.</p> <p>4. Определение значения рейтинговой оценки по формуле.</p> <p>5. Ранжирование организаций в порядке убывания рейтинговой оценки организации.</p>	<p>2. Балльная оценка показателей в зависимости от их количественного значения.</p> <p>3. Суммирование полученных баллов и распределение по классам.</p>	<p>2. Балльная оценка показателей в зависимости от зоны, в которую он попадает.</p> <p>3. Расчет среднего балла по каждой группе показателей.</p> <p>4. Оценка состояния предприятия.</p>	<p>2. Балльная оценка показателей в зависимости от их количественного значения.</p> <p>3. Суммирование баллов и распределение по классам.</p>
Оценка полученных результатов	<p>Оценка происходит методом сравнения предприятий по показателям финансового состояния с так называемым «эталонным» предприятием. Осуществляется оценка по результатам текущей деятельности и предыдущей. В результате чего полученные рейтинговые числа ранжируются в порядке убывания, и определяется рейтинг каждого предприятия.</p>	<p>В зависимости от суммы набранных баллов происходит распределение организации по классам.</p> <p>I класс - абсолютно платежеспособные организации.</p> <p>II класс – организации с нормальным финансовым положением, но по отдельным показателям могут быть отклонения от оптимальных значений.</p> <p>III класс - организации со средним финансовым состоянием.</p> <p>IV класс - организации с неустойчивым финансовым положением.</p> <p>V класс – организации с кризисным финансовым положением, неплатежеспособные и убыточные.</p>	<p>Выделяют следующие зоны риска:</p> <ul style="list-style-type: none"> – зона риска; – зона опасности; – зона стабильности; – зона благополучия. <p>Дается оценка состояния организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> – кризисное; – неустойчивое; – относительно устойчивое; – совершенно устойчивое состояние. 	<p>По результатам оценки организации относят к одному из шести классов:</p> <p>I класс -организации с хорошим запасом финансовой устойчивости.</p> <p>II класс - организации, демонстрирующие некоторую степень риска по задолженности;</p> <p>III класс - более проблемные организации;</p> <p>IV класс -организации с высоким риском банкротства;</p> <p>V класс - организации с высочайшими рисками банкротства;</p> <p>VI класс – организации банкроты.</p>

*Составлено по [2, 3, 4, 5]

Сравнительный анализ методик рейтинговой оценки финансового состояния позволил сделать выводы о том, что они могут диагностировать, когда предприятия вошли в зону риска, следовательно, близки к банкротству.

На наш взгляд, методика Шеремета А.Д., Негашева Е.В. представляет наиболее универсальный

подход к рейтинговой оценке финансового состояния организации, так как позволяет использовать большое количество показателей, ранжировать предприятия при сопоставлении с «эталонной» организацией как в аспекте финансовой устойчивости, так и с точки зрения вероятности несостоятельности при максимальном отдалении исследуемой организации от «эталонной».

Список литературы

1. Каландарова Н.Н., Амирдинова М.Т. Рейтинговая оценка финансового состояния предприятия [Электронный ресурс] // КиберЛенинка. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rejtingovaya-otsenka-finansovogo-sostoyaniya-predpriyatiya-2> (дата обращения 25.05.2019).
2. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций: практ. пособие / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, – 2016. – 208 с.
3. Донцова, Л. В. Анализ финансовой отчетности / Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. - М.: Дело и сервис, – 2017. – 144 с.
4. Салов А.Н., Маслов В.Г. Методика финансового анализа и разработка плана финансового оздоровления предприятия: учеб. пособие. – М. – 2011. – 273 с.
5. Савицкая Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие / Г.В. Савицкая. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, – 2017. – 608 с.

УДК 339.378

ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ ФОРМАТОВ ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

ВОЛОГЖАНИНА АЛИНА ДМИТРИЕВНА

студент

ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»

Аннотация: в статье рассмотрены общемировые тенденции, характерные для розничной торговли продовольственными товарами, а также особенности российского ритейла. Проанализирована динамика объемов продаж лидеров отрасли, доля продаж продуктов питания в интернете, выявлены существующие проблемы, в рамках которых функционируют торговые сети. Определен наиболее эффективный путь развития продуктового ритейла в условиях российских реалий.

Ключевые слова: розничная торговля, торговые сети, ритейл, онлайн-ритейл, продуктовые сети, электронная коммерция, конкуренция.

OPPORTUNITIES AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF MODERN FOOD RETAIL FORMATS

Vologzhanina Alina Dmitrievna

Abstract: the article deals with the global trends typical for the retail trade of food products, and the features of the Russian retail. Analyzed the dynamics of sales of industry leaders, the proportion of food sales on the Internet, identified existing problems in the framework of which operate retail chains. The most effective way of development of food retail in the conditions of the Russian realities is defined.

Keywords: retail trade, retail chains, retail, online-retail, grocery chains, e-Commerce, competition.

В современном мире активно развивается и увеличивает свои масштабы розничная торговля. Движущей силой в отрасли выступают торговые сети, объем продаж которых прогрессирует быстрее выручки ритейла в целом. Ежегодно увеличивается доля современных форматов торговли в общем объеме оборота розницы, и в перспективе до 2020 г. она составит 83% [1]. В России данный показатель также имеет позитивную направленность. В период с 2009 года по 2018 год доля сетей в формировании оборота розничной торговли увеличилась с 15,1% до 32,6%. Для продуктового ритейла, который является неотъемлемой и наиболее емкой частью всей отрасли, характерна такая же тенденция. Доля торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли пищевыми продуктами с 2011 года по 2018 год увеличилась с 21,8% до 38,6% [2].

Но, несмотря на обозначенный выше тренд, для России в области торговли продуктами питания сегодня характерна стагнация, которая вызвана высокой конкуренцией и низкой покупательной способностью населения. Это подтверждается и падением капитализации крупнейших ритейлеров в продуктовом сегменте. Ярким примером является ПАО «Магнит», стоимость акций которого уменьшилась приблизительно в 4 раза с 12902 рублей (05.08.2015) до 3335 рублей (23.10.2018) за акцию в течение последних 3 лет (сегодня – 3565 рублей за акцию). Также поступательно снижался курс акций ПАО «Лента ltd.» с 547 рублей (17.12.2015) до 187 рублей (13.03.2019) примерно в этом же периоде (сегодня – 231 рубль за акцию) [3]. Поэтому для разработки стратегии развития с целью увеличить объемы про-

даже необходимо проанализировать условия, в которых функционируют торговые сети. На сегодняшний день актуальными становятся вопросы: существуют ли перспективы у традиционного ритейла, как может эффективно развиваться компания, применяя способ торговли в сети Интернет, возможно ли полностью отказаться от «физических» магазинов в пользу онлайн-площадок?

Фактически объемы продаж российских торговых сетей имеют постоянную тенденцию к увеличению. По динамике роста годовой выручки ритейлеров с 2012 по 2017 годы (табл. 1) самой быстроразвивающейся компанией в России на данный момент является ООО «Лента». Несмотря на невысокие абсолютные объемы выручки по сравнению с другими ритейлерами - участниками рейтинга (157 место в мире), торговая сеть обладает самыми быстрыми темпами роста на российском рынке в 2016 и 2017 годах.

Таблица 1

Место российских компаний в рейтинге быстрорастущих ритейлеров мира [4]

Компания - ритейлер	Среднегодовой темп роста выручки, %	Место в рейтинге быстрорастущих ритейлеров мира	Выручка в 2017 году, млрд. долл.	Место в рейтинге крупнейших мировых ритейлеров
ООО «Лента»	27,1	10	6,258	157
ООО «X5 Retail Group»	21,4	18	22,191	47
ПАО «Магнит»	20,3	20	19,381	51

Рост реальных располагаемых доходов населения позволяет торговым сетям увеличивать свои объемы продаж за счет повышения цен на товары. В этот период потребители менее чувствительны к таким изменениям, чем при отсутствии роста покупательной способности, и продолжают совершать покупки примерно в том же количестве.

Но на сегодняшний день в условиях снижения реальных располагаемых доходов населения (табл. 2) повышение цены на товары неминуемо приводит к уменьшению объемов продаж торговых сетей. Поэтому компании придерживаются такой ценовой политики, при которой потребителям предоставляются скидки, бонусы за покупки, используются программы лояльности и т.д.

Учитывая данный фактор, наращивать выручку за счет роста цен сегодня нецелесообразно, поэтому существует необходимость определить эффективные способы поступательного увеличения трафика. На современном этапе торговые сети практикуют общепринятый метод по увеличению количества покупателей - открытие новых торговых точек, недостатки которого не позволяют считать его результативным. Во-первых, прирост количества магазинов имеет свои пределы и неизбежно достигнет критической массы. Во-вторых, в сегодняшних реалиях (высокая конкуренция, низкая покупательная способность) данный способ не приносит ожидаемой, необходимой, фактической эффективности, присущей начальной фазе развития сетей.

Однако без увеличения трафика показатели деятельности сетей становятся критическими. В таблице 2 приведены данные о темпах роста выручки без учета открываемых новых торговых точек. Объемы LFL - продаж российских ритейлеров заметно снижаются с 2015 года. Так, например, ПАО «Магнит» имеет отрицательное значение данного показателя в 2016 и 2017 годах. Поэтому компании могут прибегать к такому способу увеличения доходности как расширение торговых площадей, вместе с тем обращая внимание на его низкую эффективность.

Исходя из недостатков перечисленных ранее способов, по мнению автора, компаниям-ритейлерам целесообразно использовать свои конкурентные преимущества для увеличения трафика в магазинах, что будет способствовать росту финансовых показателей. Широкий ассортимент продукции, высокое качество обслуживания, полуфабрикаты местного производства, эстетичность и удобство расположения товаров на полках могут привлечь намного больше покупателей, чем новая торговая точка. Грамотный анализ товаров, наиболее обширно представленных в рекламном поле, ориентация на со-

временные тренды в обществе, такие как, например, правильное питание и здоровый образ жизни, позволят ритейлерам повысить привлекательность своего бренда для потребителей, которые выберут именно тот магазин, который предлагает продукцию, пользующуюся высоким спросом.

Таблица 2

Темпы роста LFL - продаж российских ритейлеров, % [5]

Год	«Лента»	«Магнит»	X5 Retail Group
2013	10	7,47	0,7
2014	10,6	14,47	9,8
2015	9,1	6,27	13,7
2016	3,9	-0,26	7,7
2017	0,9	-3,37	5,4

Для современной розничной торговли как в FMCG сегменте, так и в других, характерна стратегия развития, ориентированная на омниканальность, что также позволяет увеличивать выручку компаний за счет расширения потока клиентов. При анализе роли электронной коммерции необходимо выделить два фактора. Во-первых, онлайн – торговля имеет яркую конкурентную направленность по отношению к традиционным сетям. Удобство интернет – покупок, возможность предварительной оценки и сравнения предлагаемых товаров на рынке делает данную сферу все более популярной. Объемы продаж e – Commerce ежегодно растут во всем мире (рис. 1). В 2017 году в интернете было продано товаров на сумму 2,3 трлн. долларов США (10,2% от общего объема глобальных розничных продаж). По данным электронного бизнес – портала Statista можно спрогнозировать, что к 2021 году эта цифра увеличится более чем в два раза. Во-вторых, существует возможность эффективного симбиоза при условии объединения двух видов торговли в рамках одной бизнес – единицы.

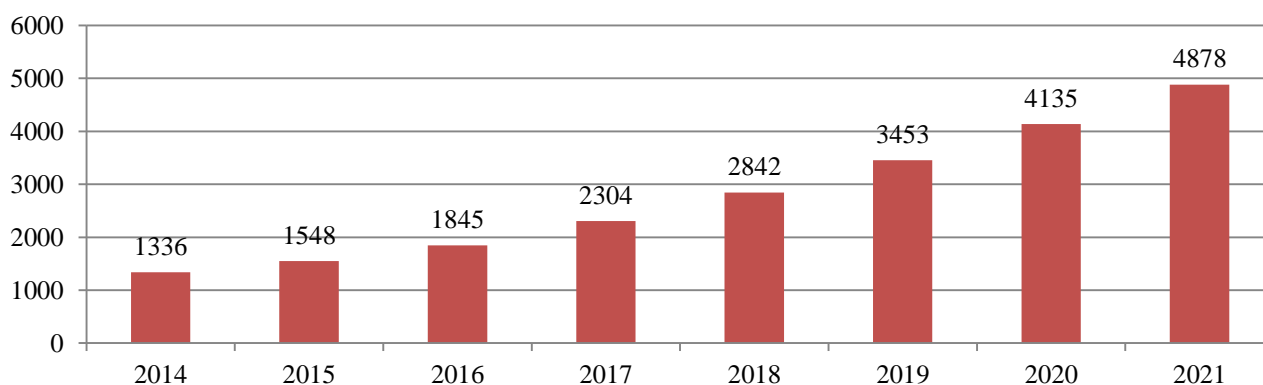


Рис. 1. Розничные продажи электронной коммерции по всему миру (в млрд. долларов США) [6]

Во многих странах онлайн-торговля в продуктовом сегменте уже сейчас начинает заметно конкурировать с традиционными форматами (рис. 2). Лидером по данному показателю на сегодняшний день является Китай, где почти 14% продаж продовольственных товаров совершается в интернете. Правда количество пользователей «всемирной паутины» на 31 марта 2019 года достигает лишь 58,4% всего населения Поднебесной (в России – 76,1%), что некоторым образом ограничивает потребление в сфере онлайн-торговли, которое могло бы достичь еще большего значения [7]. Данный факт объясняется тем, что китайская электронная коммерция в сфере продуктов питания насчитывает большое количе-

ство торговых площадок, что делает онлайн - покупки более доступными. Самые массовые из них – Таобао (500 млн. пользователей) и Tmall.com (400 млн. пользователей). А также этому способствует эффективная политика и высокоорганизованная логистика китайских торговых сетей. Доставка продуктов с коротким сроком хранения происходит за 1-2 дня в любую, даже самую отдаленную и труднодоступную часть страны.

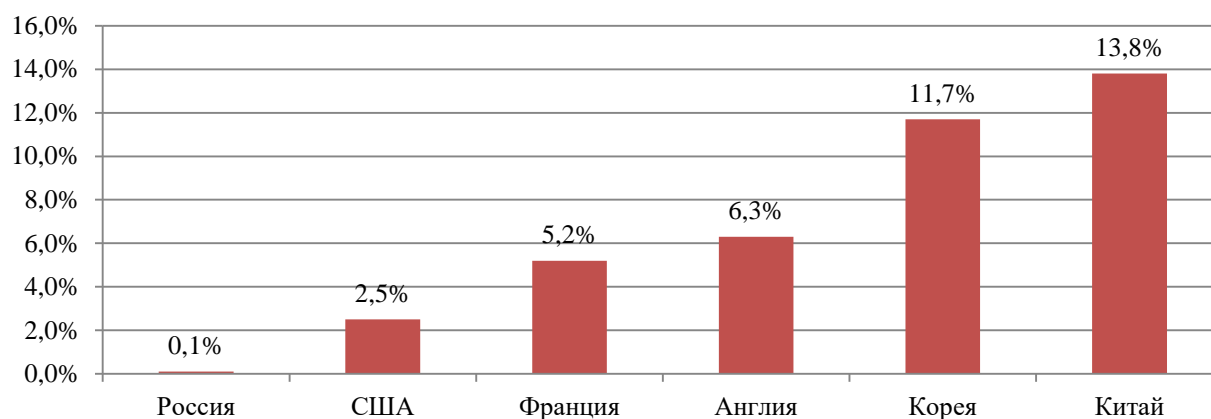


Рис. 2. Доля онлайн - ритейла в общем объеме продаж продуктов питания в разных странах (на 2017 год) [8]

В России онлайн - ритейл продуктов питания на сегодняшний день развит в меньшей степени. Доля продаж в интернете составляет менее 0,1%. Одной из главных причин, которая актуальна как для традиционного формата торговли, так и для электронной коммерции, является сокращение покупательной способности населения (табл. 3). В условиях «снижения темпов экономического роста» с 2014 года реальные располагаемые доходы населения продолжают поступательно уменьшаться [9]. В 2017 году значение данного показателя не отражает ситуацию объективно, так как была учтена разовая выплата пенсионерам.

Таблица 3

Реальные располагаемые денежные доходы населения [2]

Год	В % к предыдущему периоду
2012	104,6
2013	104
2014	99,3
2015	96,8
2016	94,2
2017	98,2
2018	99,8

Еще одним доводом является динамика индекса потребительской уверенности, свидетельствующая об отсутствии готовности у людей к увеличению своих расходов на покупки, что подтверждается резким снижением данного показателя в 2015 году с -11 до -32 баллов. В 1 и 2 квартале 2018 года индекс вернулся к значениям 2013 года, достигнув величины -8, но в конце периода снова снизился до -17 [2]. Причем люди старше 50 лет чувствуют себя менее уверенно, чем молодые люди. Также женщины, которые чаще посещают магазины, чем мужчины, больше подвержены влиянию эмоциональных

факторов, в том числе обусловленных экономической ситуацией в стране. Поэтому более эффективной политикой торговых сетей будет направленная на удовлетворение потребностей самых многочисленных категорий клиентов.

Несмотря на экономическую нестабильность, распространенность онлайн - торговли продуктами питания на российском рынке, как и во всем мире, ежегодно увеличивается. Общий объем рынка розничных онлайн-продаж продовольственных товаров в 2018 году вырос почти на 50% и приблизился к 23 млрд. руб. [10]. Лидером на рынке является ООО «Новый импульс» (торговый бренд «Утконос»), который увеличил товарооборот с 9,6 млрд. руб. в 2017 году до 10,2 млрд. руб. в 2018 году. На втором месте – ООО «Интернет решения» (торговая марка «Ozon») с темпами годового роста более 100%.

В 2017 году лидер продовольственной торговли в России ООО «X5 Retail Group» предпринял третью попытку выхода в интернет-сегмент. Компания создала интернет-магазин для супермаркетов «Перекресток». Сегодня формат торговли dark-store представлен центром в Москве и аналогичным центром в Санкт-Петербурге.

На конец 2017 года доход России ООО «X5 Retail Group» от онлайн-продаж составил 200 млн. рублей. В 2018 году данный показатель увеличился в 6 раз. Компания «Перекресток» предполагает, что оборот интернет-магазина к концу 2019 года вырастет примерно до 3-5 млрд. рублей. [11].

Кроме того, что доля продаж онлайн-ритейла увеличивается относительно традиционного формата, также растет процент покупателей продуктов питания в сети Интернет относительно непродовольственных товаров. Доля продовольствия в онлайн-продажах к 2022 году вырастет примерно в полтора раза до 3,3% [12].

Развитие цифровых технологий способствует совершенствованию онлайн-ритейла, а также оказывает некоторое влияние на образ жизни населения. Поэтому удобство пользования интернет-услугами создает преимущество сфере электронной коммерции. Но полностью исключить формат классического ритейла невозможно, так как продукты питания покупаются намного чаще, чем, например, одежда или бытовая техника.

Представителям розничной торговли, чтобы не потерять долю рынка и не отставать от прогресса, целесообразно сделать процесс покупок для потребителей более удобным и комфортным, а также учесть интересы каждого потенциального клиента.

Наибольшими перспективами в развитии интернет-продаж продуктов питания на данный момент обладает ООО «Лента». Покупка владельцем ООО «Севергрупп» Алексеем Мордашовым 42% акций ритейлера у его учредителей (на сегодняшний день довел долю до 70%) создала возможность сотрудничества ООО «Лента» и ООО «Новый импульс» (торговый бренд «Утконос») в форме коммерческого партнерства. Таким образом товары традиционного формата становятся более доступными для потребителей, а также расширяется ассортимент товарной линейки онлайн-ритейлера. Закупка продукции у единого поставщика будет способствовать снижению затрат на единицу товара для данных компаний.

В конкурентной борьбе с ООО «X5 Retail Group» и ПАО «Магнит» данный альянс получает ощутимое преимущество за счет объединения высоких потенциалов лидера среди интернет-ритейлеров и самой быстроразвивающейся торговой сети (табл. 1). Однако препятствием на пути данного тандема может стать стремление населения экономить на продуктах питания, ввиду поступательного снижения реальных располагаемых доходов.

Таким образом, существующая тенденция к росту онлайн-продаж в продуктовом сегменте позволяет рассматривать электронную коммерцию как перспективное направление развития ритейла в современном мире, а также в России. Увеличивать доходы и повышать привлекательность бренда сегодня возможно, ориентируя бизнес на омниканальность, за счет обеспечения более комфортного процесса покупок для потребителя. Тем не менее, онлайн-ритейл, несмотря на высокие темпы роста, никогда не заменит традиционный формат торговли, так как частота покупок продуктов питания не позволяет построить эффективную логистическую цепочку, которая бы обеспечила своевременную доставку заказов и полностью компенсировала трафик в классических магазинах. Поэтому синергия объединения двух видов продаж – это ключ к успеху компаний как в продуктовом сегменте торговли, так и в других сферах коммерции.

Список литературы

1. Иванова Е. А. Современное состояние и тенденции развития продуктового ритейла в России // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2018. №1
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
3. БКС - экспресс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bcs-express.ru/>
4. Deloitte. Global Powers of Retailing 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/consumer-business/articles/global-powers-of-retailing.html>
5. Тинькофф-журнал. «Лента» в 2017 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/news/lenta2017/>
6. Statista. Глобальные розничные продажи электронной коммерции 2014-2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>
7. Internet world stats. Статистика пользователей интернета в мире и статистика населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>
8. Синельников В. Готовим дома: как развивать рынок продуктового онлайн-ритейла [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes/360711-gotovim-doma-kak-razvivat-rynok-produktovogo-onlayn-riteyla>
9. Бобков А. В. Подходы к оценке санкционных рисков // Инновации и инвестиции. - 2019. - №2. - с. 336-340
10. Информационное агентство Infoline. Foodtech: онлайн-торговля и службы доставки. Рейтинг INFOLine Russia TOP online food retail [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infoline.spb.ru/upload/iblock/941/9419533e81aaffa806421b4fe83d31a0.pdf>
11. Retail.ru. «Перекресток» планирует развивать онлайн-торговлю и формат dark store [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/perekrestok-planiruet-razvivat-onlayn-torgovlyu-i-format-dark-store/>
12. Магазин исследований. Доля продуктов в онлайн - ритейле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/10240/>

УДК 339

ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ СОПРОВОЖДАЕМОГО БАГАЖА ПРИ МЕЖДУНАРОДНЫХ АВИАПЕРЕВОЗКАХ

НИКОЛАЕВА НАДЕЖДА АЛЕКСАНДРОВНА

старший преподаватель

ДАНИЛИН МАКСИМ СЕРГЕЕВИЧ

студент

ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет сервиса»

Аннотация: в статье рассмотрены основные технологии контроля товаров, перемещаемых через таможенную границу воздушным видом транспорта, выявление особенностей проведения таможенного контроля, что является в настоящее время весьма важным для обеспечения эффективного проведения таможенного контроля, направленного на уменьшение потенциальных угроз, как экономической безопасности государства, так и безопасности в целом.

Ключевые слова: таможенный контроль, таможенная операция, международная авиаперевозка.

Таможенный контроль – это совокупность мер, осуществляющиеся таможенными органами с использованием системы управления рисками для обеспечения соблюдения таможенного законодательства таможенного союза и законодательства государств – членов таможенного союза [5, с. 312].

Таможенный контроль над международными авиационными перевозками имеет ряд особенностей по сравнению с таможенным контролем других видов транспорта. В свою очередь авиаперевозка представляет собой способ перевозки пассажиров и транспортировки различных грузов при помощи воздушного судна. Данный способ перевозки является одним из самых быстрых, но в то же время и самым дорогим видом доставки пассажиров и груза до пункта назначения. Таможенный контроль осуществляется непосредственно в пунктах пропуска и включает в себя:

1. Контроль товаров, перемещаемых в международном пассажирском сообщении;
2. Контроль товаров, перемещаемых в международном грузовом сообщении;
3. Контроль транспортных средств (воздушных судов);
4. Контроль зоны таможенного контроля;
5. Контроль зоны беспошлинной торговли.

На линиях международного пассажирского авиасообщения осуществление таможенных операций, направленных на декларирование товаров физических лиц, перемещаемых в ручной клади и багаже, осуществляется в специально отведенных для таможенного оформления местах (зонах таможенного контроля). При убытии с территории Таможенного Союза регламентирован следующий порядок:

1. Пассажир сначала проходит таможенное оформление и таможенный контроль, который включает в себя:

1.1. Проверка в ручной клади и багаже, а так же в одежде и на теле пассажира запрещенных к перемещению товаров через таможенную границу Таможенного Союза;

1.2. Осуществление операций по выявлению товаров, подлежащих таможенному декларированию или запрещенных к перемещению через таможенную границу Таможенного Союза;

2. Регистрирует свой вылет;
3. Оформляет перевозку сопровождаемого багажа;

4. Проходит паспортный контроль.

Технология осуществления таможенного контроля товаров на линиях международного авиасообщения не содержит принципиальных отличий в оформлении товаров, перемещаемых другими видами транспорта. К средствам осуществления таможенного контроля относят:

1. Технические средства таможенного контроля.
2. Ориентировки правоохранительных органов (МВД, ФСБ и т.д.).
3. Специальная подготовка и личный опыт должностных лиц.

Технические средства таможенного контроля (ТСТК) - это комплекс специальных технических средств, которые применяются таможенными службами непосредственно в процессе оперативного таможенного контроля всех видов объектов [2, с. 288]. Основными преимуществами технических средств является:

1. Сокращение продолжительности проверки;
2. Осуществление осмотра транспорта;
3. Выявление закамуфлированных объектов;
4. Сохранение целостности объекта при проведении таможенными органами проверки.

Разделение на категории ТСТК по функционально-целевым характеристикам соответствует реализации конкретных задач, которые стоят перед проверяющей службой (рис. 1).



Рис. 1. Классификация технических средств таможенного контроля по функционально-целевым характеристикам и их назначению

Различного рода ориентировки правоохранительных органов, таких как, например, МВД и ФСБ, так же имеют огромное значение при осуществлении таможенного контроля. Благодаря их ориентировкам, проведение таможенного контроля в целях осуществления экономической и общественной безопасности государства становится более быстрым и точным. Различные ориентировки, например, внешность человека, его одежда и его отличительные черты, помогают таможенным органам быстро находить нужного человека среди огромного количества людей.

Также, существенную роль в проведении таможенного контроля играет специальная подготовка и личный опыт должностных лиц. Существуют специальные подготовительные курсы обучения должностных лиц различным приемам, в основном основывающихся на наблюдении за поведением людей. Благодаря такой подготовке, сотрудники таможенных органов могут заранее пресечь и в последующем устранить возможное появление общественной и экономической угрозы.

Благодаря вышесказанным средствам осуществления таможенного контроля, их постоянному усовершенствованию, с каждым годом возрастает раскрываемость нарушений в сфере таможенного дела (табл. 1).

Таблица 1

Статистические показатели зафиксированных нарушений в сфере таможенного дела за I полугодие 2015 г. и за I полугодие 2016 г.

Нарушение	I полугодие 2015 г.	I полугодие 2016 г.
Уклонение от уплаты таможенной пошлины	310	368
Контрабанда наркотических, психотропных веществ, их прекурсоров и их аналогов (ст.299.1 УК РФ)	158	197
Контрабанда сильнодействующих, ядовитых, отравляющих, взрывчатых, радиоактивных материалов, вооружения и военной техники, стратегически важных товаров и ресурсов или культурных ценностей, особо ценных диких животных и водных биологических ресурсов	300	281
Незаконное образование (создание, реорганизация) юридического лица (ст.173 УК РФ); уклонение от исполнения обязанностей по репатриации денежных средств в иностранной валюте или валюте РФ (ст.193 УК РФ)	181	360
Всего	949	1206

Таким образом, таможенный контроль товаров, перемещаемых через таможенную границу воздушным видом транспорта, во многом зависит от технологии его проведения. Благодаря специальной подготовке должностных лиц, специального технического оборудования для выявления нарушений, а также различным ориентировкам правоохранительных органов, осуществление таможенного контроля становится более быстрым и эффективным. С каждым годом увеличивается количество раскрытых совершаемых нарушений в сфере таможенного дела за счет развития технологий осуществления таможенного контроля. Для обеспечения экономической и общественной безопасности государства необходимо постоянно совершенствовать и развивать технические средства таможенного контроля, а также систематически проверять умения и навыки должностных лиц таможенных органов.

Список литературы

1. Попова Л.И. Организация таможенного контроля товаров и транспортных средств. Учебное пособие для вузов. – М.: Юрайт, 2016. – 311 с.;
2. Попова Л.И. Технологии таможенного контроля. Учебное пособие. – М.: Юрайт, 2016. – 288 с.;

3. Румянцева М.О. Особенности деятельности таможенных органов по проверке. Учебное пособие для вузов. - М., 2013. - С. 52-57;
4. Сенотрусова С.В. Таможенный контроль. Учебное пособие. – М.: Инфра-М, Магистр, 2015. – 144 с.;
5. Шамахова В.А. Таможенный контроль: учебник / Под общей редакцией В.А. Шамахова. - М.: Софт Издат, 2012. - 312 с.

© Н.А. Николаева, М. С. Данилин, 2019

УДК 336.71

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ BIGDATA В РОССИЙСКОМ БАНКОВСКОМ БИЗНЕСЕ

КРЫМОВА ИРИНА ПЕТРОВНА

кандидат экономических наук, доцент кафедры БДиС

**ГУТЬЯР АРИНА ДМИТРИЕВНА,
НИКОЛАЕВ КИРИЛЛ АНДРЕЕВИЧ**

студенты

ФГБОУВО «Оренбургский государственный университет»

Аннотация: В статье представлен анализ внедрения и использования технологии BigData в России, возможность применения данной технологии в российском банковском бизнесе, в том числе: сферы применения, ключевые задачи, решаемые с помощью больших данных, а также основные принципы эффективного функционирования BigData.

Ключевые слова: bigdata, финансовые технологии, банк, клиентоориентированный банкинг, цифровая экономика, большие данные, база данных.

THE USE OF BIG DATA TECHNOLOGIES IN THE RUSSIAN BANKING BUSINESS

**Gutyar Arina Dmitrievna,
Nikolaev Kirill Andreevich**

Abstract: The article presents an analysis of the implementation and use of Big Data technology in Russia, the possibility of using this technology in the Russian banking business, including: the scope of application, the key tasks to be solved with the help of big data, as well as the basic principles of the effective functioning of Big Data.

Keywords: big data, financial technologies, Bank, customer-oriented banking, digital economy, big data, database.

Постепенный переход банков к электронному документообороту привел к огромному объему накопленной информации. Однако традиционные способы обработки данных не дают возможности в полной мере извлечь из них пользу. В последние годы в России активно популяризируется направление BigData. Вместе с тем, лишь небольшое количество компаний осознают и адекватно оценивают потенциал новых технологий. Термин «Big-Data» относится к сбору всех данных и нашей способности использовать их в своих интересах в широком спектре областей, включая банковский бизнес.

Наиболее развита технология больших данных в США, где она используется уже около десятилетия. Переломным моментом стал 2014 год, в этом году BlueData [1] представила версию 2.0 платформы EPIC software. EPIC 2.0 стал действительно «хитом» потому, что данная платформа использует контейнеры Docker для более быстрого, легкого и более экономичного развертывания огромного объема данных.

На рис. 1 представлена динамика объемов расходов на обслуживание данных за 2011-2018 гг., а также прогнозные значения на 2019-2026 гг.



Рис. 1. Объемы больших данных в США в 2011-2026 гг.

Анализируя данные, представленные на рис. 1, мы видим, что за последние 7 лет объемы рынка больших данных увеличились более, чем в 7 раз. В 2014 г. Большие данные, по мнению DataCollective [2], стали одним из приоритетных направлений инвестирования в сфере венчурной индустрии. Согласно данным информационного портала, во многом это связано с доходностью данного направления. За прошедший 2018 год количество компаний, пользующихся данной технологией увеличилось на 125%, объем рынка вырос на 45% по сравнению с 2016 годом.

Ситуация, сложившаяся в России, выглядит следующим образом (рис.2).

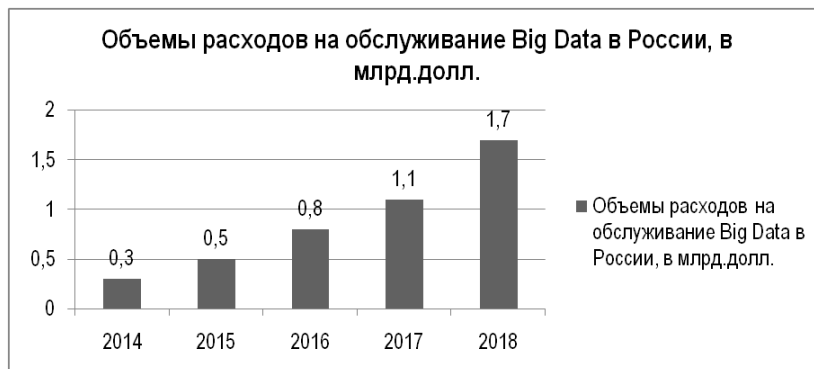


Рис. 2. Объемы больших данных в России в 2014-2018 гг

В мировом масштабе российский рынок услуг и технологий BigData невелик. В 2014 году американская компания IDC оценивала его в \$340 млн (сейчас же 1,7 млрд. долл. США) [3]. Объем небольшой, но прирост значительный - как минимум на 40% в год.

В рамках нашего исследования мы рассмотрели возможность применения больших данных в банковском бизнесе (рисунк 3).



Рис. 3. Сферы применения технологии BigData в банках

Большие данные способны решать многие ключевые задачи банковского бизнеса: привлечение клиентов, повышение качества услуг, оценка заемщиков, противодействие мошенничеству и др. Повышая скорость и качество формирования отчетности, увеличивая глубину анализа данных, участвуя в противодействии отмыванию незаконных средств, эти технологии помогают банкам соответствовать требованиям регуляторов.

Пока технология Big Data в российских банках находится на этапе внедрения, однако некоторые банки уже достаточно уверенно ее используют. На рисунке 4 можно наблюдать в структурном разрезе внедрение и использование технологии больших данных.

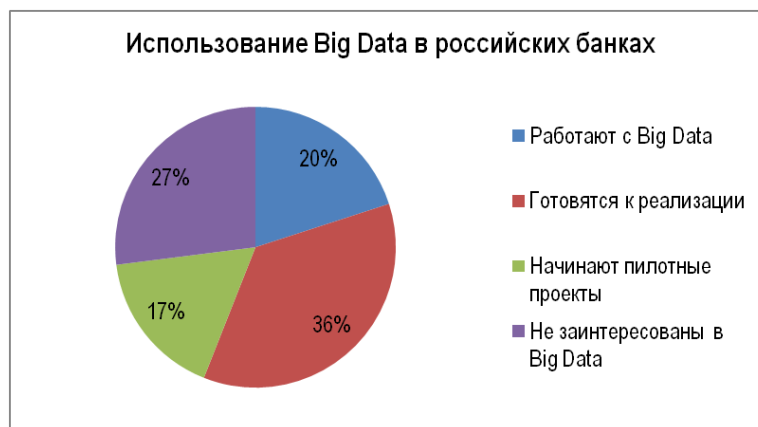


Рис. 4. Внедрение и использование технологии Больших Данных в российском банковском бизнесе

Актуальной становится и новая тема – использование больших данных для борьбы с банковским мошенничеством.

Оперативное получение отчетности, скоринг, недопущение проведения сомнительных операций, мошенничества и отмывания денег, а также персонализация предлагаемых клиентам банковских продуктов - все это способствует активизации банков для использования технологии анализа больших данных.

Сбербанк использует Bigdata для управления рисками, борьбы с мошенничеством, сегментации и оценки кредитоспособности клиентов, управления персоналом, прогнозирования очередей в отделениях, расчёта бонусов для сотрудников и других задач.

Для корпоративных клиентов благодаря обработке больших данных банк формирует специальные кредитные предложения с предварительным расчетом возможной суммы займа. В Сбербанке заключено уже почти полторы тысячи таких сделок смарт-кредитования.

Банк ВТБ пользуется большими данными для сегментации и управления оттоком клиентов, формирования финансовой отчетности, анализа отзывов в соцсетях и на форумах.

«Альфа-Банк» использует технологию для анализа соцсетей и поведения пользователей сайта, оценки кредитоспособности, прогнозирования оттока клиентов, персонализации контента и вторичных продаж.

«Тинькофф-банк» управляет рисками, анализирует потребности потенциальных и существующих клиентов. Большие данные задействованы также в скоринге, маркетинге и продажах.

Для того, чтобы обеспечить успешное внедрение и функционирование больших данных, необходимо соблюдать следующие принципы:

- горизонтальная масштабируемость – массивы данных могут быть огромными и это значит, что система обработки больших данных должна динамично расширяться при увеличении их объемов;
- отказоустойчивость – даже при сбое некоторых элементов оборудования, вся система должна оставаться работоспособной;
- локальность данных. В больших распределенных системах данные обычно распределяются по значительному числу машин. Однако по мере возможности и в целях экономии ресурсов данные часто обрабатываются на том же сервере, что и хранятся.

В настоящее время в России продолжают накапливаться большие объемы информации, соответственно, становятся всё более востребованными инструменты для обработки и хранения Больших Данных. Компании, которые уже использовали данную технологию, формируют новую среду для ее развития. Для активной реализации в России технологии BigData необходимы новые прорывные технологии, такие, например, как блокчейн.

Таким образом, применение технологии BigData для банковского бизнеса России является актуальным. Уже существующий опыт создает практическую базу для эффективного ее применения.

Список литературы

1. Аналитический портал BlueData Software | All Machine Learning | BigData Analytics [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bluedata.com>
2. Аналитический портал DataCollective — DCVC [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.dvc.com>
3. Официальный сайт международной исследовательской и консалтинговой компании IDC: The premier global market intelligence firm. DCVC [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.idc.com>

©И.П Крымова, А.Д. Гутьяр, К.А. Николаев

УДК 004.330

АНАЛИЗ ЦИФРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ КИТАЯ

ЗИНИНА АННА ЛЕОНИДОВНА

студент

Северо-Западный институт управления

Российская академия народного хозяйства и государственной службы

Аннотация: Цифровая экономика стала для Китайской Народной Республики новой эрой построения современной экономической системы. Цифровая экономика и информационная экономика, понятие дискриминации сетевой экономики, резюме цифровой экономики, особенности и тенденции развития, анализ развития Китая, анализ развития китайской цифровой экономики, все эти сферы столкнулись с критическими основополагающими проблемами в ответ на которые были предложены соответствующие рекомендации.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровое государство, стратегия развития.

ANALYSIS OF CHINA'S DIGITAL ECONOMIC THINKING

Anna Zinina L.

Abstract: The digital economy has become a new era for the people's Republic of China in building a modern economic system. The digital economy and the information economy, the concept of discrimination in the network economy, the summary of the digital economy, features and trends, analysis of China's development, analysis of the development of the Chinese digital economy, all these areas are faced with critical fundamental problems in response to which were made some recommendations.

Key words: digital economy, digital state, development strategy.

Китай в области цифровой экономики добился замечательных результатов, однако между Китаем и развитыми странами цифровой разрыв по-прежнему значителен. Цифровая экономика - это не только ключевая область нового витка промышленной трансформации, но так же мирная и стабильная страна. Китай должен построить мощную цифровую страну, создать соответствующую современную промышленную систему, должен обратить внимание на проблемы, стоящие перед технологией и промышленным развитием в глобальной цифровой конкуренции, устранить узкие места в цифровой экономике, создать систему поддержки инноваций и политики в области развития цифровой экономики. Исходя из этого, в статье анализируются основные проблемы, стоящие перед развитием цифровой экономики Китая, и выдвигаются предложения по их решению.

Глава 1. Коннотация и особенности цифровой экономики

1. Коннотация цифровой экономики. В течение более чем двух десятилетий с тех пор, как ТЭП Скотт впервые выдвинул "эру цифровой экономики" в своей книге "Цифровая экономика" в 1995 году, политические и научные круги не имеют единого представления о концепции и коннотации цифровой экономики. Министерство торговли Соединенных Штатов публикует ежегодные доклады о цифровой экономике, такие, как "новая цифровая экономика", "цифровая экономика 2000", "возрождение цифровой экономики", с точки зрения статистики и оценки для определения концепции цифровой экономики. Британские ученые Миллер и Уилсдон (2001) считают, что цифровая экономика не должна ограничиваться интеграцией технологий и электронной торговлей, понимая ее как технологическую революцию

как новую экономическую модель. По сравнению с международными, количество Китайских теоретических исследований цифровой экономики меньше. В то время как средства массовой информации и многие китайские органы власти часто приравнивают несколько концепций, исследователи считают, что современная революция в области информационных технологий, представленная компьютерами, сетями, коммуникациями и т. д., породила цифровую экономику, которая, в отличие от сетевой экономики, информационной экономики и т. д., отражает особенности экономики в определенном аспекте, т.е. не имеет существенных различий (например, в Украине, 1998; Чжан Синьхун, 2016 и т. д.). Цифровая экономика - это цифровая информация в качестве основного фактора производства, информационная технология в качестве поддержки, современные информационные сети в качестве основного носителя, цифровые технологии для обеспечения продуктов или услуг, интеграция технологий, промышленная интеграция, интеграция производителей и потребителей новой экономической формы. Информационная экономика, сетевая экономика и цифровая экономика - это не одно и то же: во-первых, с точки зрения широты трех экономических моделей, сетевая экономика тесно связана с ростом Интернета, больше относится к изменениям в способах производства, больше внимания уделяется роли компьютерных сетей, а также электронной коммерции на основе международного интернета в качестве основного содержания. Информационная экономика включает в себя экономическую деятельность, связанную с производством и распределением информационных товаров и услуг, и подчеркивает роль информационных элементов в производственном процессе как важного вклада и выхода в экономическую деятельность. В то время как цифровая экономика подчеркивает цифровизацию экономики в целом, цифровая экономика уделяет больше внимания роли оцифрованной информации в экономике, которая является частью информационной экономики. По широте концепции, информационная экономика больше, чем цифровая экономика, цифровая экономика больше, чем сетевая экономика. Во-вторых, из порядка появления трех экономических форм, "Цифровая экономика" только тогда, когда научно-технический прогресс и экономическое развитие достигают более продвинутого этапа, название предстоящей или уже возникшей новой экономической формы. Информационная экономика была сформирована в 1970-х годах, а сетевая экономика появилась в 1990-х годах и ускорила переход человечества к эре цифровой экономики, Цифровая экономика развивалась на основе предыдущей сетевой экономики и информационной экономики, а не на "информационной экономике", "сетевой экономике" негативного влияния.

2. Особенности цифровой экономики. В целом, цифровая экономика может быть разделена на четыре основных слоя, включая технический слой, слой элементов, промышленный слой и слой управления. С точки зрения реальных измерений, Цифровая экономика конкретных отраслей промышленности может быть разделена на две части, одна из которых является узкой информационной индустрией, включая производство электронной информации, программное обеспечение и информационные услуги; вторая-кросс-и конвергентная часть информационной промышленности и других отраслей. По сравнению с традиционной экономикой, Цифровая экономика имеет четыре основные характеристики: Во-первых, оцифровка. Цифровые технологии пронизывают все аспекты социального воспроизводства, такие как производство, распределение, обмен и потребление, а развитие цифровых технологий не только способствует модернизации и модернизации традиционных отраслей промышленности, но и продолжает стимулировать новые отрасли, новые технологии, новые продукты и новые форматы. Во-вторых, эффективность. Цифровые технологии позволяют значительно сократить операционные издержки экономического и социального развития за счет сокращения затрат на доступ к информации, а экономическая деятельность менее ограничена временными и пространственными факторами, а технологические инновации, распространение технологий, разработку продукции и создание ценности-за счет быстрой итерации; В отличие от традиционной экономики, где цифровые технологии значительно увеличивают экономический рост, занятость и уровень государственных услуг, платформа является важным способом для цифровой экономики, чтобы принести пользу как предприятиям, так и отдельным пользователям, как в государственном, так и в частном секторах. Четвёртое - это слияние. Оцифровка приводит к промышленной интеграции, абляции производства. На стороне поставки, цифровые технологии в Межотраслевом проникновении, информационные технологии и три отрасли промышлен-

ности сегмент промышленности все больше и больше интегрируются, новые отрасли и новые формы промышленности продолжают появляться, промышленные границы становятся все более расплывчатыми. На стороне спроса, Цифровая экономика бизнес-модели, ориентированной на потребителя, потребители широко участвуют в разработке, производстве и маркетинге цепочки создания стоимости продукта, потребители становятся "потребителями".

Глава 2. Тенденции развития глобальной Цифровой Экономики

1. Общая ситуация развития. С точки зрения технического прогресса, с более мощными возможностями обработки данных в облачных вычислениях, индустриализацией сетей 5G и спутниковых сетевых технологий, а также новыми прорывами в технологии IoT и операционных системах, которые будут способствовать развитию искусственного интеллекта, основанного на больших данных и алгоритмах, еще больше повысит зрелость различных цифровых технологий, таких как blockchain, биометрия, VR/AR, и, в конечном счете, трансграничная тенденция интеграции новых технологий приведет к появлению неизвестных технологий после интеграции цифровых технологий с авиацией, материалами, биологией и энергетикой. С точки зрения промышленного развития, расширение масштабов, частотность и глубина участия семейного сектора в экономике, принятие решений о производственной и операционной деятельности в корпоративном секторе полностью ориентированы на пользователей, большие объемы цифровых технологий, таких как большие данные, интернет вещей и облачные вычисления, проникают в традиционные отрасли. С точки зрения стратегии экономического развития ведущих развитых стран мира, страны мира постоянно используют цифровую экономику в качестве стратегического приоритета для повышения национальной конкурентоспособности, а также внедряют свои собственные стратегии и политику в области цифрового экономического развития. В 2016 году в качестве председателя "Большой двадцатки" Китай впервые включил "цифровую экономику" в качестве важной темы в план инновационного роста "Большой двадцатки", что привело к принятию инициативы "Цифровая экономика и сотрудничество "Большой двадцатки". В целом, с развитием и применением новых технологий, чтобы сделать прорыв, в то время как быстрое развитие цифровой экономики сопровождается определенной негативной внешностью, но Цифровая экономика также побудила все страны мира во всех областях экономики и социальных изменений, чтобы стать важной движущей силой экономического и социального развития.

2. Современное состояние развития цифровой экономики Китая: крупномасштабный, быстрый рост, неравномерное проникновение. С 2015 года Китай издал "платформу действий по содействию развитию больших данных", "Национальную стратегию развития информатизации", "тринадцатый пятилетний" национальный план информатизации " и ряд других документов, как справиться с новым витком промышленной революции с использованием интернета в качестве основы для внутреннего и внешнего рынка, чтобы сделать всестороннее стратегическое развертывание. В стране, "энергично реализуется стратегия сетевой силы, Национальная стратегия больших данных, "интернет+" план действий по продвижению "цифрового Китая". На международном уровне Китай выступает за создание цифрового Шелкового пути в XXI веке, укрепляет стратегии развития с другими странами и изучает правила международной торговли в многосторонней, транспарентной и инклюзивной цифровой сфере. При поддержке и гарантиях национальной политики, Цифровая экономика в экономическом развитии и ведущая роль в руководстве постоянно усиливается, Цифровая экономика в целом показывает "большой размер, быстрый рост, неравномерное проникновение". С точки зрения масштаба, Китай быстро растет в цифровом виде и занимает второе место в мире. Исследование Института Tencent использует "интернет+" цифровой экономической индекс для создания регрессионной модели, тем самым оценивая общую цифровую экономику страны в 2016 году около 77 триллионов юаней. Из-за различий в понимании границ цифровой экономики, метод измерения масштаба также имеет преимущества и недостатки, в сочетании с китайскими технологиями ИКТ и связанными с ними отраслями промышленности в период быстрого развития, Цифровой экономике трудно точно измерить размер. Проницаемость, проникновение зоны и проникновение индустрии были замечательными несбалансированными характеристиками. С точки зрения базовой цифровой инфраструктуры, по состоянию на июнь 2017 года, проникновение интернета в Китае составило 54.3%, чем в среднем по миру. Если не учитывать цифровой разрыв между Западом и Югом и городскими и сельскими районами, то по срав-

нению с зарубежными странами, масштабы проникновения уже изначально имеют сравнительные преимущества в целом. Но глубина проникновения цифровых технологий еще не улучшилась, национальный индекс развития информатизации в 2016 году занял 25-е место в мире, значительно ниже, чем в ведущих развитых экономиках мира. В то время как некоторые основные показатели проникновения, такие как проникновение роботов, все еще ниже, чем в среднем по миру, гораздо ниже, чем в крупных развитых странах мира. Если Цифровая экономика разделена на три этапа развития: оцифровка информации, цифровая трансформация и Интеллектуальная экономика, то Китай находится в стадии цифровой трансформации. С точки зрения емкости рынка и скорости развития Китая, размер цифровой экономики, безусловно, будет первым в мире, поэтому, обращать слишком много внимания на размер цифровой экономики, имеет мало смысла. В настоящее время развитие цифровой экономики должно быть сосредоточено на том, как улучшить проникновение цифровых технологий в китайскую экономику и повысить вклад цифровой экономики в развитие новой кинетической энергии Китая.

Глава 3. Основные проблемы развития цифровой экономики Китая.

Цифровая экономика стала важной движущей силой глубоких изменений в экономике и обществе, в новом витке технологической революции и подъеме промышленной революции в окне времени, если влияние на цифровую экономику недостаточно, будет трудно решить многие проблемы, стоящие перед экономическим и социальным развитием Китая сегодня. В целом, в будущем цифровой конкуренции, развивающиеся страны будут в относительно неблагоприятном положении, Китай также сталкивается с рядом новых проблем, главным образом в: 1. Фундаментальные теоретические исследования в цифровой экономике значительно отстают от необходимого уровня и не могут направлять экономическое развитие. Во-первых, концепция, коннотация и классификация цифровой экономики, определяющая статистические вопросы, связанные с цифровой экономикой, являются основой для исследования цифровой экономики, но в настоящее время нет единого понимания концепции и коннотации цифровой экономики, поэтому трудно точно понять влияние цифровой экономики на экономическое и социальное развитие Китая, а также оценить влияние соответствующих стратегий и политики развития страны на цифровое экономическое развитие. В то же время, как исследования используются для понимания и оценки их развития с точки зрения доли цифрового экономического производства в ВВП или доли занятости в общей занятости, но это отражает только одну сторону цифровой экономики, как измерить цифровую экономику? Во-вторых, существующие соответствующие исследования сосредоточены на сравнении развитых стран с текущей ситуацией в Китае, а также на изучении инноваций в области управления в условиях цифровой экономики. Появление большого количества разрушительных инноваций в цифровой экономике бросает вызов существующим экономическим теориям и теориям управления. 2. Противоречие между стремительным развитием цифровой экономики и системой управления в эпоху традиционной индустриальной экономики. Развитие цифровой экономики неизбежно приведет к глубоким переменам в производственных отношениях, а потенциал государственного управления и уровень управления должны быть соответствующим образом скорректированы. Однако на данном этапе развитие цифровой экономики значительно опережает институциональные нормы, а реформа системы управления и системы традиционной промышленной экономики слишком отстают. Во-первых, полное создание кредитной системы. В настоящее время в Китае еще не создана эффективная система социального кредитования, строительство которой значительно отстает от процесса индустриализации и урбанизации Китая, что стало одной из наиболее важных проблем, сдерживающих экономическую и социальную стабильность и развитие современного Китая. Во-вторых, проблема новых прав собственности. В то время как массовые данные цифровой экономики и итерации инноваций быстро и другие характеристики используют традиционные методы управления интеллектуальной собственностью, как установить права собственности на данные, защитить интеллектуальную собственность? Как можно сбалансировать стимулы и регулирование? Например, налоговая политика, как решить проблему справедливости и эффективности, когда малые и средние предприятия облагаются налогом; доля экономики и других новых форм бизнеса уже имеет внешние характеристики сети, требующие эффекта масштаба, как определить монополию? Традиционные инструменты регулирования не применимы, и необходимо внести коррективы. 3. Стандарты и спецификации продуктов и услуг цифровой экономики отстают от требований эпохи цифровых инноваций. По сравнению с традиционной экономикой, Цифровая

экономика требует более дальновидных и своевременных стандартов для своих продуктов и услуг. Во-первых, новая технология цифровой экономики имеет характеристики информационной асимметрии, что может привести к таким проблемам, как личная безопасность. Например, из-за гетерогенности интеллектуальных устройств, плоских структур и массивного доступа к устройствам, автомобильная сеть очень уязвима к удаленным атакам. Во-вторых, инновации в цифровых технологиях, как правило, вызывают огромные споры на культурном, этическом и когнитивном уровнях. В индустрии больших данных, например, даже перед транзакцией данных и применением десенсибилизирующей обработки данных, но с технической точки зрения, казалось бы, не конфиденциальные данные могут быть преобразованы в личную информацию, которая может быть идентифицирована с помощью интеллектуального анализа информации. В-третьих, в эру индустриальной экономики, Китай в международных стандартах, находится в пассивной ситуации, в Эре цифровой экономики, чтобы воспользоваться возможностью, необходимо освоить больше областей нормотворческой власти. 4. Страны с формирующимся рынком сталкиваются с потенциальной угрозой “цифрового НАТО” для участия в глобальной цифровой экономической конкуренции. В то время как страны с развитой экономикой имеют в девять раз больше связей между информацией и потоками данных, чем страны с формирующейся рыночной экономикой, Европа и Северная Америка наиболее тесно связаны между собой на всех континентах, более половины цифровых услуг, которые США импортируют из ЕС, используются для производства американского экспорта и наоборот. США и Европа являются крупнейшими цифровыми торговыми партнерами друг друга, и США и Европа, скорее всего, объединят усилия для создания “цифрового НАТО” в глобальной цифровой экономической конкуренции, что ставит страны с формирующимся рынком, такие как Китай, в невыгодное положение в глобальной цифровой экономической конкуренции. Например, в 2016 году американская интернет-ассоциация, состоящая из 40 технологических компаний, таких как Google и Amazon, направила открытое письмо назначенному президенту Трампу, в котором говорится, что США должны активно консультироваться с Европейским союзом в целях создания трансатлантического рынка цифровой интеграции в попытке взять под свой контроль международную систему управления киберпространством.

Глава 4. Ключевые моменты новой эры построения цифрового Китая

1. Укрепление теории цифровой экономики. Стремительное развитие цифровой экономики уже бросает вызов существующим экономическим теориям, таким как экономическая теория, стремящаяся получить достаточную информацию, но открытый обмен данными может привести к потере защиты частной жизни; например, потребление информации имеет такое большое влияние на человеческое общество, но теоретические трудности имеются с определением и подсчетом. Укрепление теоретических исследований, связанных с цифровой экономикой, в первую очередь, в коннотации цифровой экономики, классификации и других основных определений, а также статистической калибровки цифровой экономики, измерения масштаба и других аспектов достижения консенсуса. Исходя из этого, в различных областях, таких как макроэкономика, общественный выбор, промышленное регулирование, корпоративное управление, теория потребителей и т.д., необходимо углубить существующие теоретические знания о проблемах развития и регулирования в рамках цифровой экономики, чтобы обеспечить теоретическую поддержку политики цифрового экономического развития, корпоративных решений и потребительского выбора. 2. Развитие и регулирование имеют важное значение. Кредитная система и система имущественных прав-это базовая система, в которой общество работает гладко. По сравнению с относительно закрытым информационным потоком в традиционной промышленной экономике, массивные данные в эпоху цифровой экономики становятся инфраструктурой и мощным оружием для создания надежных систем кредитования и прав собственности. Китай должен воспользоваться этой возможностью, с одной стороны, чтобы ускорить создание кредитных бюро и кредитных баз данных, усовершенствовать дисциплинарные механизмы и создать систематическую систему кредитного права. С другой стороны, ускорить законодательный процесс и прояснить права собственности на данные. Такие вопросы, как подтверждение прав собственности и защита частной жизни, вызванные данными, стали важными узкими местами в продвижении национальной стратегии больших данных в Китае, и существует острая необходимость в особом законодательстве по защите данных, создании и совершенствовании систем защиты данных, регулировании развития и содействии здоровому и устой-

чивому развитию больших данных, Интернета вещей и других связанных с ними отраслей.

3. Дисциплинированный глобальный цифровой конкурс "убийца", осваивает новые стандарты цифровой экономики. Своевременная разработка стандартов и стандартов на продукты и услуги цифровой экономики, соответствующие данные и ресурсы должны быть полностью разделены, тогда сегменты развития не будут дублироваться и растрачиваться. В то же время при разработке стандартов цифровой экономики необходимо уделять особое внимание международному дискурсу и доминированию. Как Китай может взять на себя ответственность за разработку новых стандартов в глобальной цифровой экономике? В ответ на эти вопросы генеральный секретарь Си Цзиньпин отметил, что "необходимо принять "асимметричную" стратегию, чтобы лучше использовать свои сильные стороны". В глобальной цифровой конкуренции Китай должен стремиться к асимметричному развитию, тренируя свои собственные "убийцы", например, энергично усиливая преимущества 5G и других областей.

4. Использование "Один пояс и один путь" для того чтобы усилить цифровое сотрудничество с Европой и США. Несмотря на возможность создания трансатлантического рынка цифровой интеграции между США и ЕС, существует жесткая конкуренция, в то время как американо—европейское сотрудничество сталкивается с такими проблемами, как цифровая стратегия единого рынка ЕС, политика ЕС по защите данных, закон ЕС-США о защите конфиденциальности и Brexit. Китай должен использовать возможности для укрепления своей стратегии развития с Европой и Соединенными Штатами, а также для расширения своего цифрового сотрудничества с Соединенными Штатами, используя возможности для строительства "Одного пояса и одного пути", сосредоточив внимание на укреплении сотрудничества с ЕС, Великобританией и другими экономиками, содействии сотрудничеству в области информационной инфраструктуры и совместных научных исследованиях и разработках в области цифровых технологий, создании механизма обычного диалога в области цифровой экономики Китая и Европы, а также на пилотных городах и демонстрационных проектах для цифрового сотрудничества между Китаем и миром, ускорении строительства цифрового Шелкового пути.

Список литературы

1. Tapscott D. The digital economy : promise & peril in the age of networked intelligence [M]. New York : McGraw-Hill, 1995.
2. 姜奇平, 等译. 浮现中的数字经济 : 美国商务部报告[Z]. 北京 : 中国人民大学出版社, 1998.
3. 沈志斌, 郭志强, 等译. 新兴的数字经济 : 美国国家商务部报告[M]. 北京 : 中国友谊出版公司, 1999.
4. 黄奇, 袁勤俭, 等译. 数字经济2000 : 美国商务部报告[M]. 北京 : 国家行政学院出版社, 2000.
5. 杨冰之, 朱娟英, 译. 再度崛起的数字经济 : 美国数字经济白皮书2002-2003合辑[Z]. 北京 : 企业管理出版社, 2004.
6. Miller P, Wilsdon J. Digital Futures - An Agenda for a Sustainable Digital Economy [J]. Corporate Environmental Strategy, 2001, 8 (3) : 275-280.
7. 张新红. 数字经济与中国发展[J]. 电子政务, 2016, (11) : 2-11.
8. Hamilton, Daniel S. The Transatlantic Digital Economy 2017 : How and Why it Matters for the United States, Europe and the World [Washington, DC : Center for Transatlantic Relations, 2017.

УДК 330

АВАНСОВЫЕ ПЛАТЕЖИ ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ

БАТЫРМУРЗАЕВА З. М.

доцент кафедры «Бухучет-1»

ДАУДОВ Д.Э.

студент. 3к. 3гр. факультета «Бухучет и аудит»

ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства»

РФ, г. Махачкала

Аннотация: В действующем налоговом законодательстве РФ предусмотрены Авансовые налоговые платежи в отношении налога на прибыль предприятий, налога на добавленную стоимость (декадные платежи), налога на пользователей автомобильных дорог, подоходного налога с граждан - предпринимателей и нотариусов. В данной курсовой работе будут рассмотрены авансовые платежи по налогу на прибыль.

Ключевые слова: Авансовый платеж, ежемесячный платеж, ежемесячный авансовый платеж.

ADVANCE PAYMENTS FOR INCOME TAX

Batymurzaeva Z. M.,**Daudov D. E.**

Abstract: The current tax legislation of the Russian Federation provides for advance tax payments in relation to corporate income tax, value added tax (ten-day payments), motor road user tax, personal income tax on citizens - entrepreneurs and notaries. In the course work will be considered advance payments of income tax.

Keywords: Advance payment, monthly payment, monthly advance payment.

В Налоговом кодексе Российской Федерации наряду с понятием "налог" (статья 8 Кодекса) сохранены такие понятия, как "авансовые платежи с предполагаемого дохода или дохода за предыдущий период" (статьи 227, 244, 286 Кодекса), "авансовые платежи по итогам отчетных периодов внутри налогового периода", "авансовые платежи в течение отчетного периода". Существующие различия в правовой природе уплачиваемых налогоплательщиком платежей приводят к неопределенности в правовом регулировании исполнения обязанности по их уплате: правомерности начисления пени, привлечения к ответственности за неуплату, возможности зачета (возврата) и т.д. При этом учет авансовых платежей при исполнении обязанности по уплате налога прямо предусмотрен Кодексом.

Авансовый налоговый платеж становится налогом по окончании налогового периода по представленному налогоплательщиком налоговому расчету, т.е. при возникновении объекта налогообложения. Согласно статье 17 Налогового Кодекса налог считается установленным, когда определены налогоплательщики и следующие элементы налогообложения: объект налогообложения; налоговая база; налоговый период; налоговая ставка; порядок исчисления налога; порядок и сроки уплаты налога. Установить налог можно только путем прямого перечисления в законе о налоге существенных элементов налогового обязательства. Налог должен иметь экономическое основание и не может быть произвольным.

Действующая редакция НК РФ предусматривает несколько вариантов уплаты налога на прибыль организаций (ННО). Так, чиновники определили, что помимо основного платежа по итогам налогового

периода (календарного года), организации обязаны выплачивать квартальные и(или) ежемесячные авансовые платежи по налогу на прибыль. К тому же законодатели установили критерии для определения периодичности расчетов. По общим условиям периодичность перечисления авансовых платежей по налогу на прибыль 2019 определяется по объему доходов за предшествующие четыре квартала. К примеру, чтобы организации определить, как уплачивать в 1 кв. 2019 года — раз в месяц или в квартал, потребуется проанализировать доходы за весь 2018, то есть за все четыре квартала. Если доходы за предшествующие четыре квартала не превысили 60 миллионов рублей, то обязательными являются только квартальные авансовые платежи по налогу на прибыль. Причем сообщать в ФНС о периодичности проведения налоговых расчетов не нужно. При увеличении суммы дохода ФНС вправе прислать уведомление о необходимости ежемесячных перечислений. Если прибыль превышает 60 миллионов рублей за последние 4 квартала, то придется платить налог авансом, причем ежемесячно. Либо организация вправе уплачивать налог на прибыль ежемесячно, исходя из фактических поступлений, но в таком случае придется сдавать ежемесячную налоговую декларацию. Отметим, что выбранный способ перечисления средств в бюджет придется прописать в учетной политике. Изменить периодичность уплаты можно только с начала календарного года.

Российские бюджетные учреждения имеют значительные преимущества в начислении авансовых платежей по налогу на прибыль. Так, чиновники определили, что все организации бюджетного или автономного типа вправе перечислять ННО авансом один раз в квартал. Причем общая сумма дохода за предшествующие четыре квартала не имеет никакого значения. Если бюджетное учреждение - это театр, библиотека, музей или концертная организация, то такие субъекты вправе перечислять налоги по прибыли только один раз в год, по итогам налогового периода. То есть театры, музеи, библиотеки и концертные организации освобождены от исчисления и уплаты ежеквартальных и ежемесячных авансов. А вот казенным учреждениям повезло меньше. Если организация казенного типа обязана уплачивать ННО, то периодичность платежей по данному налоговому обязательству определяется по общим принципам. То есть в зависимости от общей суммы дохода, полученной в предшествующих четырех кварталах.

Ежемесячный авансовый платеж, подлежащий уплате в 1 квартале, рассчитывается по формуле (п. 2 ст. 285, п. 2 ст. 286 НК РФ):

Ежемесячный платеж в 1-м квартале = (Начисленный авансовый платеж за 9 месяцев предыдущего года - Начисленный авансовый платеж за 1-е полугодие предыдущего года)/3;

Полученный по этой формуле результат равен ежемесячным авансовым платежам, уплачиваемым в IV квартале предыдущего года.

Поэтому ежемесячные платежи 1 квартала можно не рассчитывать отдельно, а платить в той же сумме, что и в 4 квартале предыдущего года.

Общая сумма ежемесячных платежей, подлежащих уплате в 1 квартале, указывается в строке 320 Листа 02 декларации за 9 месяцев предыдущего года.

Ежемесячные авансовые платежи, подлежащие уплате во 2, 3 и 4 кварталах, рассчитываются по формулам (п. 2 ст. 285, п. 2 ст. 286 НК РФ):

Ежемесячный платеж во 2-м квартале = (Начисленный авансовый платеж за 1-й квартал)/3;

Ежемесячный платеж во 3-м квартале = (Начисленный авансовый платеж за 1-е полугодие - Начисленный авансовый платеж за 1-й квартал)/3;

Общая сумма ежемесячных платежей, подлежащих уплате в каждом из этих кварталов, указывается в строке 290 Листа 02 декларации, представляемой по итогам предыдущего квартала.

Если результат расчета ежемесячного платежа отрицательный или равен нулю, платить ежемесячные платежи в текущем квартале не надо (п. 2 ст. 286 НК РФ).

Если по итогам предыдущего квартала имеется переплата по налогу на прибыль (сумма налога к уменьшению по декларации), она автоматически засчитывается в счет уплаты ежемесячных авансовых платежей текущего квартала.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации.
2. Постановление Пленума ВАС РФ от 12 октября 2006г.№53 «Об оценке арбитражными судами обоснованности получения налогоплательщиком налоговой выгоды»
3. Ф3 от 25.05.2009 г. «Основные направления налоговой политики РФ на 2010 год и на плановый период 2011 и 2012 годов»
4. Акинин П.В. Налоги и налогообложение: учебное пособие. – М.: Эксмо, 2008. – 496 с.
5. Анисимова Л. Налог на прибыль организаций: основные проблемы и направления совершенствования. М.: ИЭПП, 2008 – 254с.
6. Горшенина Н.В. Налог на прибыль: открываем сезон / Горшенина Н.В. // Актуальная бухгалтерия. - 2008. - №3.
7. Горячев С. Налог на прибыль: 6:1 в пользу налогоплательщиков / Горячев С. // Практическая бухгалтерия. – 2008. - №10.
8. Григоренко Д.Ю. Обсуждаем сложные вопросы исчисления налога на прибыль / Григоренко Д.Ю. // Российский налоговый курьер. – 2007. - №20.
9. Дубцова Н. Налог на прибыль: эффект от снижения / Дубцова Н. // Расчет. – 2009. - №2.
10. Кваша Ю.Ф. Налоговое право, М.: Высшее образование,2008 – 176с.
11. Кисилевич Т.И. Практикум по налоговым расчетам: Учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: «Финансы и статистика», 2005. – С. 312.

УДК 338.24

ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА ЗАПАСОВ И МЕТОДЫ ИХ ОЦЕНОК В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

ЕСЕНОВА МЕЙРАМКУЛЬ ЖАСАГАНБЕРГЕНОВНА

магистр учета и аудита
Таразский Государственный Университет имени М. Х. Дулати
Республика Казахстан, город Тараз

Аннотация: Для осуществления процесса производства предприятие должно располагать достаточными производственными запасами. Товарно-материальные запасы занимают особое место в составе имущества предприятия по объему участия в производственном процессе, а также в учете по используемым формам оценки. В данной статье будут рассмотрены проблемы учета производственных запасов и методы оценки и расчета для улучшения производственных процессов.

Ключевые слова: учет затрат, учет запасов, производственные материалы, затраты, методы учета, товарно-материальные запасы.

PROBLEMS OF INVENTORY AND METHODS OF ASSESSMENTS IN A MARKET ECONOMY

Yessenova Meiramkul Zhasaganbergenovna

Abstract: For the implementation of the production process, the company should have sufficient inventory. The relevance of the topic of this work is characterized by the fact that inventories occupy a special place in the composition of the enterprise property in terms of participation in the production process. This article will discuss the problems of inventory accounting and methods of estimation and calculation for improving production processes.

Keywords: cost accounting, inventory accounting, production materials, costs, accounting methods, inventory.

Учет затрат может быть огромной проблемой для предприятия. Собственники компаний не видят немедленных результатов, и усилия, направленные на то, чтобы оценить их правильно, могут временно казаться геркулесовыми, и хорошие системы учета затрат, как правило, на вес золота. Результатом неточных систем учета затрат может быть поиск новых продуктовых линеек, или клиентов, которые либо незначительно прибыльны, либо еще хуже, на самом деле убыточны.

Многие производители разработали ставки накладных расходов, которые используются задолго до их даты пригодности. Причиной может быть и мысль о том, что инфляция не так уж и значительна, так как она не сильно отличается от уровня прошлого года, и помимо того, она очень много работает над обновлением ставки. Через некоторое время вы обнаружите, что ставка не обновлялась в течение нескольких лет, а затем ваша система калькуляции потеряла свою эффективность. Кроме того, стоимость драйверов, как правило, не так часто рассматриваются. Некоторые производители всегда использовали рабочие часы в качестве факторов, влияющих на стоимость, поэтому они даже не считают, что значительные капитальные затраты, которые они сделали в бизнесе, делают более правдоподобными затраты рабочего времени. В стандартных системах калькуляции стандарты иногда обновляются не так часто, как следовало бы по тем же причинам.

Компонентами себестоимости продукции являются производственные материалы, рабочий труд и накладные расходы на производство.

Системы учета затрат можно разбить на два основных типа: работа и стандарт. Системы определения стоимости работы пытаются применить фактические прямые материальные и прямые трудовые затраты к произведенному продукту. Производственные накладные расходы применяются на основе ставки на драйвер затрат. Стандартные системы калькуляции применяют товарные материалы, прямые затраты на рабочую силу и накладные расходы на производство к стоимости произведенного продукта на основе стандартов, рассчитанных руководством [1, с. 568].

Производственные материалы - это сырье, которое производитель использует для производства продукта. В стандартной системе калькуляции разрабатывается стандарт, и стоимость производства готового продукта назначается для продукта по стандарту. В стандартной системе калькуляции, если существуют физические проблемы с материалами или новыми методами производства, которые вызывают непредвиденные проблемы с отходами, стандарт, возможно, придется пересматривать чаще, чем обычно. То же самое касается значительных изменений цен на товарные материалы.

Затраты на оплату труда – это расходы, связанные с работниками, которые производят вашу продукцию. Эти расходы включают не только заработную плату, но также налоги на заработную плату и дополнительные льготы. В системе определения стоимости работы делается попытка присвоить фактическую стоимость прямой рабочей силы производимому продукту. Стандартные затраты на рабочую силу определяются на основе прошлого опыта в отношении того, сколько времени используется для производства продукта, умноженного на заработную плату, которую производитель платит за труд. В стандартной системе калькуляции, если есть новые методы производства или персонал, которые вызывают непредвиденные проблемы с отходами, стандарт, возможно, придется пересматривать чаще, чем обычно.

Производственные накладные расходы состоят из тех затрат, которые требуются для производства продукта, но не прослеживаются непосредственно на каждый продукт. Эти расходы включают коммунальные услуги, аренду, налоги на имущество, косвенные материалы и косвенный труд. В системе определения стоимости работ делается попытка присвоить фактические затраты на производственные накладные расходы, возможно, на основе заложенных в бюджет сумм, продукту, производимому по стандартной ставке, умноженной на фактор затрат, при этом единицы фактора затрат могут быть основаны на бюджет. Стандартные производственные накладные расходы определяются на основе бюджетных производственных затрат, поделенных на запланированные объемы производства. Определение накладных расходов может быть сложным в любой системе калькуляции [2].

Бухгалтеры малого бизнеса могут использовать один из четырех различных методов оценки запасов для учета стоимости проданных товаров. Различные методы оценки запасов лучше всего подходят для различных ситуаций и финансовых целей, и ни один из них по своей сути не лучше, чем любой другой. Владельцы малого бизнеса должны понимать различные типы методов учета запасов и преимущества каждого из них, чтобы выбрать лучший метод для своей системы бухгалтерского учета [3, с. 256].

Метод «FirstIn, FirstOut» наиболее близко приближает реальный цикл закупок и соответствует фактическому потоку запасов от покупки до продажи в широком спектре предприятий. В соответствии с методом FIFO самые старые затраты назначаются проданным инвентарным товарам, независимо от того, были ли проданные товары фактически приобретены по этой стоимости. Когда количество предметов инвентаря, приобретенных по самой старой стоимости, продано, следующая самая старая стоимость назначается продажам.

Например, если компания покупает 10 продуктов по 100 тенге за штуку, затем покупает еще 10 по 99 тенге, компания назначит стоимость в 100тенге первым 10 продаваемым продуктам, а затем начнет назначать стоимость по 99 тенге.

Метод «LastIn, FirstOut» является полной противоположностью метода FIFO, назначая самые последние затраты на инвентарь для проданных товаров. LIFO менее практично в большинстве предприятий, но есть несколько конкретных ситуаций, в которых LIFO более близко приближается к фактическому потоку запасов. Рассмотрим, например, гравийные площадки, которые сбрасывают новые грузы

из гравия на кучу, состоящую из нескольких более старых грузов. Когда гравийный двор продает груз, он забирает материалы с верха сваи - самый последний приобретенный инвентарь.

Используя приведенный выше пример в рамках метода LIFO, компания присвоит новейшие затраты в размере 99 тенге первым 10 проданным единицам, а затем перейдет к стоимости в 100 тенге, предполагая, что за это время она не совершила еще одну покупку.

В настоящее время метод LIFO не применяется в бухгалтерском учете, а с 1 января 2015г. и в налоговом учете. В условиях роста цен приводит к системному завышению затрат и уменьшению стоимости остатка запасов.

Метод средней стоимости назначает стоимость запасов путем вычисления скользящего среднего всех затрат на приобретение запасов. Этот метод может быть идеальным для компаний, которые продают не скоропортящиеся товары непоследовательным образом, например, для продавцов видеоигр. Метод средних затрат может также обеспечить более устойчивую и надежную структуру признания затрат, чем другие методы, при условии, что затраты на товарно-материальные запасы не сильно растут.

Чтобы продемонстрировать приведенный выше пример с использованием метода средней стоимости, компания назначит среднюю стоимость в размере 99,50тенге (сумма 100 и 99, разделенная на 2) для всех 20 проданных продуктов.

Специальный метод идентификации идеально сопоставляет стоимость инвентаря с проданными единицами, назначая точную стоимость каждого проданного элемента инвентаря, когда конкретный элемент продается. Этот метод не подходит для предприятий, которые продают большие объемы относительно однородных продуктов, таких как производители продуктов питания, но он может быть идеальным для компаний, которые продают дорогостоящие товары с относительно низким объемом, таких как автомобили или яхты.

Рассмотрим, например, автомобильную партию. Когда продавец продает автомобиль, он может переслать точный номер счета-фактуры автомобиля в бухгалтерию вместе с информацией о продажах, что позволяет бухгалтерам выяснить, сколько именно автосалон заплатил за автомобиль [4].

На сегодняшний день данные методы учета затрат и запасов широко известны и повсеместно применяются, но а выбор нужного метода непременно лежит на плечах дальновидного и опытного руководителя или бухгалтера. Разумеется, каждый метод требует индивидуального подхода, знаний и имеет определенную стоимость, но еще более высоки риски убытков при отсутствии каких-либо специализированных и проверенных методов.

Пример расчета себестоимости запасов, при использовании различных методов, позволяющие определить себестоимость продукции на конец отчетного периода:

Таблица 1

Операции	Количество (штук)	Цена (тенге)	Сумма (тенге)
Остаток на 01.01.2018 г	2 000	100	200 000
Поступил в первой декаде	3 400	100	340 000
Поступил во второй декаде	4 000	170	680 000
Поступил в третьей декаде	3 500	150	525 000
Всего поступило	12 900		1 745 000
Затраты по методу FIFO за один месяц	7 000	$(2000 * 100 + 3400 * 100 + 1600 * 170) / 7000 = 812000/7000 = 116$	$7 000 * 116 = 812000$
Затраты по методу специальной идентификации за один месяц	7 000	$(2000 * 100 + 3400 * 100 + 1600 * 170) / 7000 = 812000/7000 = 116$	$7 000 * 116 = 812000$
Затраты по методу средней стоимости за один месяц	7 000	$1745000/12900 = 135,28$	$7 000 * 135,28 = 946960$
Остаток средств по методу FIFO на 01.02.2018 г.	$12900-7000 = 59000$	$(2400 * 170 + 3500 * 150) / 5900 = 933000/5900 = 158,14$	$5 900 * 158,14 = 933 000$
Остаток по состоянию на 01.02.2018 г. по методу специальной идентификации	5900	$(2400 * 170 + 3500 * 150) / 5900 = 933000/5900 = 158,14$	$5 900 * 158,14 = 933 000$
Остаток на 01.02.2018г. по методу средневзвешенной стоимости	5900	135,28	$5 900 * 135,28 = 798 152$

Предприятие использует один из методов расчета затрат для всех запасов аналогичного характера. Метод, используемый предприятием для оценки запасов, используется в течение всего отчетного периода. Метод оценки устанавливается учетной политикой учреждения.

Список литературы

1. Международные стандарты финансовой отчетности: теория и практика/справочное руководство. - Алматы: ТОО «Издательство LEM». 2007. - 568 с.
2. Кристоф Розер, Проблемы учета затрат, январь 2016 г., [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.allaboutlean.com/accounting-and-lean/>
3. Николаева Г.А., Сергеева Т.С. Бухгалтерский учет в оптовой торговле: Учебно-практическое пособие – М.: ПРИОР, 2000 – 256 с.
4. Дэвид Ингрэм. Типы учета инвентаря, магистр делового администрирования, март 2019 г., [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://smallbusiness.chron.com/types-inventory-costing-methods-11444.html>

УДК 338.246.2

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЦИФРОВЫМИ ИННОВАЦИЯМИ В БИЗНЕСЕ

УМАРОВ ИЛХОМЖАН ЮЛДАШЕВИЧ,
ЮСУПОВА МИРОЖХОН

к.э.н., доценты
кафедры «Экономика» «Андижанский государственный университет»

Аннотация: Изменяется структура и границы отраслей, происходит их трансформация, все чаще говорят о пространстве технологий. При этом исследователи отмечают, что в процессе цифровой трансформации отраслей происходит не смещение старого и замещение его новым, а появляются новые возможности взаимодействия и перегруппировки.

Ключевые слова: цифровая экономика, API экономика, платформенная экономика, экономика алгоритмов, экономика экосистем.

FEATURES OF DIGITAL INNOVATION MANAGEMENT IN BUSINESS

Umarov Ilkhomjan Yuldashevich,
Yusupova Mirozhhon

Abstract: The structure and boundaries of industries are changing, their transformation is taking place, and they increasingly talk about technology space. At the same time, researchers note that in the process of digital transformation of industries, the old does not shift and replace it with the new, but new opportunities for interaction and regrouping appear.

Key words: digital economics, API economics, platform economics, economics algorithms, economics of ecosystems.

В современных условиях развитие NBIC-технологий (nano, bio, info, cogno) открывает новые возможности для улучшения качества жизни людей, создания искусственного интеллекта, получения новых материалов и источников энергии, стратегического глобального позиционирования стран и экономик. Данные технологии формируют новые принципы ведения бизнеса, связанные с такими терминами как «цифровая экономика», «API экономика», «платформенная экономика», «экономика алгоритмов», «экономика экосистем».

Все эти технологии связаны общим термином «экономика».

В настоящее время формируются новые требования к системе управления бизнесом, изменяются правила и механизмы конкуренции, пересматриваются цепочки создания стоимости. Изменяется структура и границы отраслей, происходит их трансформация, все чаще говорят о пространстве технологий. При этом исследователи отмечают, что в процессе цифровой трансформации отраслей происходит не смещение старого и замещение его новым, а появляются новые возможности взаимодействия и перегруппировки [1, с.74].

Преобразования в бизнесе связаны, в основном, с развитием интеллектуальных составляющих техники, цифровой коннективности, технологий хранения и обработки данных, технологий дополненной и виртуальной реальности, когнитивных технологий, что позволяет создавать дополнительную функциональность физических продуктов, развивать новые виды услуг, по-новому взаимодействовать с потребителями и партнерами.

По мнению американского ученого М. Портера, «в перспективе вся техника будет иметь три основные ипостаси: материальную, интеллектуальную и коннективную. Интеллектуальная составляющая усиливает и дополняет возможности и ценности материальной, а коннективная—интеллектуальной, позволяя ей иногда существовать вне собственно физического продукта (в облаке)» [2, с. 51].

Таким образом, интеллектуальной составляющей современного оборудования являются различные датчики, микропроцессоры, программное обеспечение, пользовательский интерфейс и другие элементы управления, заменяющие некоторые функции человека, позволяющие передавать данные о функционировании техники на большие расстояния, а также иначе управлять ее работой.

Современные технологии способствуют быстрому повышению уровня интеллекта всевозможных физических и виртуальных объектов. Возможности современного оборудования подразделяют на четыре группы: мониторинг, управление, оптимизация и автономность. В настоящее время наиболее развита функция мониторинга, которая реализуется при помощи датчиков, эта функция позволяет следить за работой и состоянием оборудования, и уведомляет о любых отклонениях от заданных параметров. Функция управления реализуется при помощи встроенного или размещаемого в облаке программного обеспечения, которое позволяет управлять работой оборудования и делать персональные настройки. На базе мониторинга и управления функционирует оптимизация работы оборудования при помощи специальных алгоритмов. Это создает основу для автономной работы оборудования.

Рассмотрим новые возможности в сфере управления бизнесом при использовании цифровых инноваций. Таким образом, цифровые инновации:

- создают новый способ взаимодействия с потребителями, вовлекая их в процесс создания и тестирования новинок, их продвижения, устанавливая с потребителями обратную связь, организуя обсуждение проблем на форумах и в социальных сетях;

- позволяют повышать производительность оборудования, управляя им в автоматическом режиме и перераспределяя операционные потоки;

- совершенствуют сервисное обслуживание, опираясь на данные, создаваемые оборудованием; решают различные задачи в сфере инноваций, маркетинга, операционного управления и т. д.

Для создания интеллектуальной продукции предприятиям необходима многослойная инфраструктура, называемая «стек технологий».

По мнению Портера, такой стек технологий должен включать:

- систему управления большими данными, которые поступают из внешних источников, бизнес систем (ERP, CRM, PLM), а также от основных и сопутствующих продуктов;

- прикладную платформу для разработки новых приложений для бизнеса;

- средства аналитики;

- обеспечение мониторинга и контроля, выполнения автономных функций.

Эти составляющие формируют облако продукта, которое дополняет программное и аппаратное обеспечение продукта. Продукт и облако дополняются сетевыми средствами связи, средствами идентификации и защиты, шлюзом для внешних источников информации и интеграции с бизнес системами предприятия. Это означает, что расширяется структура цифрового продукта: сам продукт, программное обеспечение, облако продукта, средства связи и подключения продукта к другим объектам и системам [3, с.48].

Последствия цифровизации могут привести к тому, что технологии существенно сократят рабочие места на производстве в связи с автоматизацией и роботизацией, однако, одновременно появится спрос на новые профессии и новые компетенции, возрастет сложность работы, изменятся принципы ее организации. Специалисты в сфере управления персоналом считают, что персонал, должен быть готов осваивать новые профессии, приобретать новые компетенции, а предприятия должны способствовать этому, используя новые технологии обучения.

Автоматизация формирует новое пространство задач, решать которые могут вместе человек и машина. Следовательно, автоматизация предоставляет возможности аугментации, при которой интеллектуальные технологии не вытесняют людей с рынка труда, а открывают новые возможности для сотрудничества [4, с. 63]. Многоуровневое сетевое взаимодействие предприятий, а также оборудования и различной техники приводит к проблеме разработки стандартов такого взаимодействия (стандарты об-

мена данными, их хранения, идентификации и т. д.), что повышает уровень сложности проблемы цифрового доверия и кибербезопасности. Управление с использованием прогнозных и предписывающих данных повышает эффективность бизнеса и делает его более устойчивым. Массивы данных, описывающих поведение пользователей, являются основой рекомендательных систем в электронной коммерции, также в перспективе могут использоваться в системах информационной безопасности, а также в новых сферах их применения. Любому предприятию достаточно проблематично самостоятельно справиться с проблемами обработки нарастающего информационного потока и извлечения знаний из него, по - этому актуальна задача формирования партнерства и открытости бизнеса. Открытость бизнеса означает способность делиться своими ценностями и заимствовать на рынке то, что может добавить ценность бизнесу, развивая сотрудничество. Открытость в рамках бизнес -экосистем является ключевым фактором успеха в цифровой экономике.

Развитие партнерства на базе цифровых экосистем бизнеса связано с двумя аспектами.

С одной стороны, партнерство способствует появлению и развитию сетевых эффектов в соответствии с законом Роберта Меткалфа.

С другой стороны, цифровое партнерство требует иные принципы управления и новые стили руководства, поскольку сообщество участников и их ресурсы становятся главным активом экосистемы.

Список литературы

1. Иансати М., Лакхани К. Вездесущая «цифра» // Harvard Business Review –Россия. 2014. Декабрь. С. 74.
2. Портер М., Хаппелманн Дж. Революция в конкуренции // Harvard Business Review –Россия. 2014. Декабрь. С. 51.
3. Дейвенпорт Т., Кирби Дж. Перехитрить искусственный интеллект //Harvard Business Review – Россия. 2015. Август. С. 48.
4. Работа будущего: исчезнет ли средний класс? Интервью с авторами книги «The Second Machine Age» // Harvard Business Review –Россия. 2015. Август. С. 63.

UDC 338.246.21

SOCIAL AND ECONOMIC ESSENCE AND MAIN OBJECTIVES OF FOOD MARKET

UMAROV ILKHOMJAN YULDASHEVICH

Ph.D., Associate Professor

Department of "Economics" "Andijan State University"

TOSHPULATOV FARRUKHBEK ASRONBEK OGLI

Student

Andijan Machine-Building Institute

Abstract: The article analyzes the economic category of the "food market", compares different views and authorizes the author's description. Some aspects of imbalance between demand and supply in the food market are highlighted. Proposals and recommendations on the development of the food market have been developed.

Key concepts: market; food; supply and demand; price; production; segmentation.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА

Умаров Илхомжан Юлдашевич,
Тошпулатов Фаррухбек Асронбек угли

Аннотация: В этой публикации анализируется категория «Рынок продовольственных товаров», сгруппированы различные взгляды и разработано авторское определение. Кроме того, выражены некоторые аспекты несовместимости между спросом и предложением. И даны рекомендации по развитию рынка продовольственных товаров.

Ключевые слова: рынок; продовольствие; спрос и предложение; цена; производство; сегментация.

One of the main conditions of economic and social stability and independence of the country is the important strategy of increasing the efficiency of the food market in Uzbekistan. Determining the conditions for determining the level of development of the food market and factors influencing on various levels of inter-state and external threats is one of the most important tasks of today.

As the First President of the Republic of Uzbekistan I. Karimov noted, "The reason why the disparity between the population of the world and the growth in the output of food products is the main reason of tension in the food and I do not think it is necessary to speak about. Simply put, the growth in the production of foodstuffs is far ahead of the growth in the population and the needs of the population. "[1]

Accordingly, in Uzbekistan it is required to create the conditions for the export of foodstuffs to the extent that it can meet the scientific needs and to support the ability of the population to pay enough for the rational nutrition.

It should be noted that the food market formation and development of each political, socio - economic, demographic, historical - economic, territorial, natural factors affecting to each country. At the present stage of food stewardship, it is desirable to study the issues related to it both at the world and the state and at the regional level.

Research in the Russian Federation indicates that the food market is a socially-demanding market, which influences the formation of regional conditions of production, as well as other markets, and determines the economic environment and, in many ways, the standard of living and the quality of the population [2]. The

food market is a system of economic relationships that form producers, market infrastructure sub - contractors and consumers, as well as supply and demand for foodstuffs within these groups. Moreover, the definition of the market does not have the economic essence, and modern definitions do not allow a single definition of the "food market" [3]. Food and Drug Industry is a market-oriented, single-industry system, a system that provides for the achievement of a cost-effective, interoperable process of identifying and quantifying the volumes of production and distribution of the primary and secondary processed foodstuffs.

Although the food market has not been properly described in the context of Uzbekistan, the agricultural market has been studied as a category that identifies a specific type of commercially viable business relationships [4]. In many cases, the market for the foodstuffs market is made at the level of some segments [5]. Also, some segments of the consumer market and [6] market trends were developed [7].

Summarizing the results of the research, it allows to distinguish between different approaches to the essence of the food market. In particular, according to scientists of the first group, the economic relations are established with the help of exchange relations, and food products are sold and processed. The second group of researchers is the only one focused on providing foodstuff market with financial, economic, commercial, credit, social, moral, ethical, legal incentives and norms, conditions, activities and events, system.

The concept of "food products market", combined with the purchase and sales conditions, describes the process of social relations. It consists of a system of economic relations in the area of production, processing and sale of foodstuffs. It should be noted that this is a self-regulating system and is in a continuous state of development. Structural elements of these relationships are formed on the basis of direct and mirrored market relations. These relationships are constantly being influenced by regional features, supply and demand, market regulation and management decisions.

The essence of the economic relations in the food market is, on the one hand, the need to compensate the costs and, on the other, on the basis of the equivalent conversion needs. An equivalent currency is a requirement of the Law of Conduct or the Basic Law of the Food Market. The mechanism of regulation of the value law is a consequence of the volatility of market prices as a result of competition, and their distinction between social value. The difference in the value of commodities from their value does not occur with the wish of the commodity producers, but the force of the law of objective law.

In our opinion, the concept of the "food market" is radically different from its definitions, which correspond to the generally accepted "market" concept. In order to disclose the essence of the food market, it is desirable to describe common types of markets, and it is advisable to define its specific features, objects of trade.

Typically, the market is a combination of economic relationships between buyers and consumers during the transaction [8]. The market is a multidimensional phenomenon subject to the law of supply and demand. [9] The market is a set of buyers and sellers, and it is possible to exchange them as a result of their interconnection [10]. In fact, the market is the only economic system that fits and serves human interests.

Thus, the market is a system of economic relations that occurs during the production, distribution of the product, and is characterized by the freedom to choose the price of the sellers and the buyers, the formation of resources and the availability of the available. The disorders of the market and the lack of self-order require different levels of governance.

As we examine the economic essence of the food market, we see that the food industry covers the sphere of infrastructure, which serves as a commodity, the sphere of their consumption, and the normalization of market relations in the production and sale of food.

Taking in consideration that foodstuffs are produced directly in agriculture or in other industries that are used as raw material, some economists regard the food market as an integral part of the agricultural product market. At the same time, the food market is an intermediary between agricultural and processing industries and food consumers. There is also a view that the main agricultural products produced by the farm produce the necessary resources to continue the production cycle of the food market.

Even if the food market is dependent on the nature of manufacturing, it is also independent and has an active influence on all the reproduction processes, their end results and effectiveness. It is the distribution and exchange cycle of production encouraging development of production. This will force the production to be adapted to the changing demand, using a direct link between the trade representing consumer interests.

Thus, the main functions of the market provide links between all phases of production. This is a part of the process of re-production as a trade and exchange cycle. Consistent with the tasks performed, the food market is segmented by different criteria:

- satisfaction of the population's demand for high quality foodstuffs with a full range of products;
- selling part of the total social product for personal consumption. It allows the production and exchange of the product, and the cost of social work. In the course of this task, the direct sales of foodstuffs in the market will take place, the new production cycle will be financed, and savings will be generated for re-expansion;
- formation of quality and assortment of products ensuring maximum satisfaction of the population's demand for food products. A profound analysis of the demand of the population and the offer of the enterprises will allow forming quantitative dimensions, which will ensure the balance between the production of food and the balance between these two essential elements of the market in the future;
- Encouraging development of production. This will force the production to be adapted to the changing demand, using a direct link between the trade representing consumer interests.

References

1. Karimov I.A. Speech at the opening of the international conference "The Key Stocks of the Implementation of the Program in Uzbekistan" //Khalk suzi. June 7, 2014 - No. 110 (6040).
2. Stukanova I.P. Marketing management of the regional consumer market of food products (on an example of Privolzhsky federal district): the Author's abstract. dis. ... doc. econ. Sci., Moscow: REA, 2009. - P. 13.
3. Zinck G.M. Development of the food market: theory, methodology, practice: Author's abstract. dis. ... doc. econ. sciences. - Yoshkar-Ola: Mari State Technical University, 2009. - S. 8.
4. Husanov R.H., Dodoboev Yu.T., Dodoboev D.Yu. Agro-industrial complex. Training manual. -T.: Ku'vasay Entrepreneurship Scientific Production Center, 2003. - 94-96-6.
5. Muhiddinova U. P. The trends in the market of fruit and vegetable products under conditions of modernization of the economy: economics fan. dock ... dis. avtoref.-T: EM A, 2010. -37 b.
6. Kamilova F.K. The consumer market of Uzbekistan and the demographic factors in its development: Author's abstract. dis. ... doc. econ. T.-T.: A GOS, 2003. - 43 p.;
7. Ivashov I. Developed agricultural market in Uzbekistan. -T: Fan, 1994.-112 p.
8. Shodmonov III, Alimov R, Juraev T. Theory of Dictation / S.S. Gulyamov Editing-T: Finance, 2002.- B. 110-116.
9. Akbarova 3. Markets of commodity and services market (teaching manual).- T.: TSUE, 2004. - B. 8.
10. Pindayk R, Rubinfeld D. Microeconomics (translation from English into English) .- T: East, 2002.-B. 17-18.

УДК 338.23:336:061.5:005.591.6

КАРТА ЦЕЛЕЙ – НОВЕЙШАЯ КОНЦЕПЦИЯ УЧЕТА ЗАТРАТ И РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ЕГО УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ

КУХТАРЕВА ОЛЬГА НИКОЛАЕВНА

магистрант

ГРИШАНОВА СВЕТЛАНА ВАЛЕРЬЕВНА

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

Аннотация: актуальность функционального учета затрат и результатов деятельности в учетно-аналитической системе предприятия, как новейший метод финансового планирования, учета и контроля доходов и расходов, получаемых от реализации на всех уровнях управления, позволяющая анализировать прогнозируемые финансовые показатели и управлять с их помощью ресурсами. Становление данной концепции в процесс управления предприятием - это новейший путь формирования и контроль над выполнением программы деятельности государственного унитарного предприятия Ставропольского края «Ставкрайимущество»

Ключевые слова: управление, планирование, финансирование, контроль, эффективность.

GOALS MAP – THE NEWEST CONCEPT OF COST ACCOUNTING AND RESULTS OF OPERATIONS IN HIS ACCOUNTING AND ANALYTICAL SYSTEM

Kukhtareva Olga Nikolaevna,
Grishanova Svetlana Valeryevna

Abstract: the relevance of functional accounting of costs and results of activity in the accounting and analytical system of the enterprise, as the latest method of financial planning, accounting and control of income and expenses received from the implementation at all levels of management, allowing to analyze the projected financial performance and manage resources with their help. The formation of this concept in the process of enterprise management is the newest way of formation and control over the implementation of the program of activities of the state unitary enterprise of the Stavropol territory "Stavkrayimuschestvo"

Key words: management, planning, financing, control, efficiency.

В рамках организации управленческого учета в подведомственных предприятиях нами разработан и утвержден план мероприятий по достижению поставленных целей с учетом затрат на них и обозначенных конечных результатов достижения, получивший название – Карта целей.

Карта целей применяется для осуществления функционального учета затрат и результатов деятельности в учетно-аналитической системе предприятия. Исследуем методологию ее применения на примере государственного унитарного предприятия Ставропольского края «Ставкрайимущество» (далее – ГУП СК «Ставкрайимущество»).

Карта целей ГУП СК «Ставрокрайимущество» включает в себя наименование мероприятий по достижению поставленных целей, список ответственных лиц, даты контрольных мероприятий и показатель контрольного события.

В структуру Карты целей входит основная программа «Управление имуществом» являющейся миссией предприятия, на реализацию ее планировалось выделить из бюджета предприятия в 2018 году 121 109,99 млн. рублей. Которая в свою очередь, разделена по центрам ответственности на две подпрограммы, условно обозначенные производственная и обслуживающая части, и на их реализацию планировалось 26 720,75 и 94 389,24 млн. руб., соответственно. Подробно представлено в таблице 1 «Карта целей ГУП СК «Ставрокрайимущество»».

Таблица 1

Карта целей ГУП СК «Ставрокрайимущество»

п/п	Наименование мероприятия внутреннего финансового контроля	Ответственный исполнитель (должность/ Ф.И.О.)	Дата наступления контрольного события	Сумма бюджета, млн. руб.
	Программа «Управление имуществом»	Директор	х	121 109,99
1.	Подпрограмма «Управление государственной собственностью Ставропольского края в области имущественных и земельных отношений»	Заместитель директора по производству	х	26 720,75
1.1	Основное мероприятие 1.1 Оформление права собственности на объекты недвижимого имущества	Начальник отдела реестра собственности	х	536,00
	Контрольное событие – 1 Проведены мероприятия по изготовлению технических планов (раздел объектов недвижимости между правообладателями) 1 полугодие – 1 объект, 50% от потребности; 2 полугодие – 2 объекта, 100 % от потребности.	Начальник отдела реестра собственности	30.06.2018 28.12.2018	50,75 100,00
	Контрольное событие – 2 Оформление программы приватизации на 2018 г.	Начальник отдела по управлению имуществом	18.10.2018	30,0
	Контрольное событие – 3 Проведены мероприятия по проверке сохранности и использования по назначению объектов государственной собственности: 1 квартал – 19 проверок; 2 квартал – 54 проверки; 3 квартал – 155 проверок; 4 квартал – 194 проверки.	Начальник отдела контроля за сохранностью и использованием по назначению объектов государственной собственности Ставропольского края	30.03.2018 30.06.2018 29.09.2018 28.12.2018	х

	Контрольное событие – 4 Проведены мероприятия по оценке объектов оценки	Начальник отдела по управлению имуществом	28.02.2018	415,25
1.2.	Основное мероприятие 1.2 Оформление права собственности на земельные участки и доли в праве общей собственности на земельные участки и рациональное их использование	Начальник отдела реестра собственности; Начальник отдела по проведению торгов; Начальник отдела земельных отношений	x	10 729,25
	Контрольное событие – 5 Уточнение границ земельных участков: 2 квартал – 150 участков; 3 квартал – 290 участков; 4 квартал – 300 участков.	Начальник отдела реестра собственности	30.06.2018 29.09.2018 28.12.2018	2 050,00 3 600,00 584,00
	Контрольное событие – 6 Публикация извещений о предоставлении в аренду земельных участков: 1 квартал – 10 публикация; 2 квартал – 20 публикация; 3 квартал – 30 публикация; 4 квартал – 43 публикация.	Начальник отдела по проведению торгов	30.03.2018 30.06.2018 29.09.2018 25.12.2018	248,81 248,81 248,81 248,82
1.3.	Основное мероприятие 1.3 Создание условий для эффективного выполнения мероприятий	Начальник отдела реестра собственности	x	425,50
	Контрольное событие – 8 Заключение контракт на сопровождение программного комплекса «БАРС-имущество»	Начальник отдела реестра государственной собственности	01.09.2018	425,50
1.4	Основное мероприятие 1.4 Участие в создании и деятельности юридических лиц	Начальник отдела правового обеспечения	x	
	Контрольное событие – 9 Обеспечение выполнения ГУП СК «Ставкрайимущество» планового показателя по перечислению части прибыли в размере 75 %	Начальник отдела правового обеспечения	20.04.2018	x
2.	Подпрограмма «Обеспечение реализации государственной программы Ставропольского края «Управление имуществом» и общепрограммные мероприятия»	Заместитель директора по финансам;	x	94 389,24
2.1.	Основное мероприятие 2.1 Обеспечение деятельности по реализации	Начальник отдела финансового обеспечения – главный бухгалтер;	x	94 389,24

Программы	Начальник отдела организационного обеспечения; Начальник отдела управления персоналом		
Контрольное событие – 10 Исполнение программы деятельности на 2018 год: 1 квартал – 25 %; 2 квартал – 50%; 3 квартал – 75%; 4 квартал – 100%.	Начальник отдела финансового обеспечения – главный бухгалтер; Начальник отдела организационного обеспечения.	30.03.2018 29.06.2018 29.09.2018 28.12.2018	23 097,31 46 194,62 69 291,93 92 389,24
Контрольное событие – 11 Обучение специалистов: 1 полугодие – 8 человек; 2 полугодие – 16 человек.	Начальник отдела управления персоналом	30.06.2018 28.12.2018	827,56 2 000,0

Составление, ведение Карт целей, учет и отчетность по ним утверждено Порядком функционального учета затрат и результатов деятельности ГУП СК «Ставкрайимущество».

Составляется и утверждается Карта целей на планируемый год, в соответствии с показателями главного бюджета предприятия до 30 октября текущего года. Изменения вносятся по мере необходимости, если числовой показатель имеет отклонение более 5%, но не более одного раза в квартал.

Реализация мероприятий по Карте целей осуществляется каждым структурным подразделением предприятия, которые записываются в журнал учета мероприятий по Карте целей. На основании, которого ежеквартально формируется отчет по контрольным событиям. Описываются исполнение, не исполнение и отклонение по контрольным событиям. Превышение показателей по расходам не допускается, а так же разночтение с показателями главного бюджета. Данные анализируются и могут быть использованы при формировании главного бюджета на следующее планируемые года. Консолидированный отчет предоставляется директору предприятия на утверждение.

На предприятии предусмотрен Порядок материального стимулирования работников предприятия, основанный на результативности показателей, указанных в отчетах по Карте целей.

Карта целей и отчеты по ней предоставляется при плановых и внеплановых проверках, проводимых в рамках внутреннего финансового контроля учредителем.

УДК 336.2

НАЛОГ НА ПРИБЫЛЬ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ

НАЖУЕВА Д.Н.

старший преподаватель кафедры «Бухучет-1»

МАГОМЕДОВ Ш.Х.,**МАГОМЕДОВ О.А.**

студенты 3к. 3гр. факультета «Бухучет и аудит»

ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства»

РФ, г. Махачкала

Аннотация: Статья касается проблем и перспектив налогообложения прибыли организаций в Российской Федерации. Рассмотрен налоговый манёвр на 2019 год и изменения в главе 25 НК РФ.

Ключевые слова: Налог на прибыль организаций; налогообложение; налоговое бремя; налоговая ставка.

PROFIT TAX OF LEGAL ENTITIES

Nazhueva D. N,**Magomedov SH. H.,****Magomedov O. A.**

Abstract: The article concerns the problems and prospects of profits tax in the Russian Federation. Considered tax maneuver for 2019 and changes in Chapter 25 of the Tax Code.

Keywords: Corporate income tax; tax; tax burden; tax rate.

Государство может оказывать влияние на экономику, когда имеет определённые средства. Большую часть бюджета страны формируют налоговые сборы с юридических и физических лиц, в том числе налог на прибыль организаций.

Ставка налога на прибыль в 2019 году для юридических лиц установлена статьей 284 НК РФ. Как и в 2018 году при расчете налога на прибыль организаций общая ставка на 2019 год установлена в размере 20%. Распределение между федеральным и региональным бюджетами следующее: в федеральный бюджет – 3%; в региональный – 17%. Законодательством установлено, что любой субъект РФ может издать закон, который снизит ставку региональной части налога на прибыль. Однако теперь это касается только тех компаний, которые получили льготу до 1 января 2018 года. Она будет действовать еще до 1 января 2023 года.

Если организация получила право на пониженную ставку налога на прибыль в течение 2018 года, то с 1 января 2019 она больше не имеет права ее применять. Такие изменения в части налога на прибыль внесены Федеральным законом 03.08.18 № 302-ФЗ. Налог на прибыль платят компании, применяющие общую систему налогообложения. Компании, которые перешли на применение одного из специальных налоговых режимов, например, УСН или ЕНВД, не уплачивают этот налог. Порядок уплаты налога установлен главой 25 НК РФ. В ней предусмотрены разные ставки налога в зависимости от вида дохода, особенностей компании или ее местонахождения.

Льготные ставки по налогу на прибыль в 2019 году для юридических лиц

Налоговым кодексом предусмотрены льготные ставки. Их вводят на территориях субъектов РФ региональные власти. Для этого принимают соответствующий закон. Региональные чиновники ограничены двумя условиями:

Они могут снижать налоговую ставку, по которой рассчитывается региональная часть налога. При этом в федеральный бюджет ставка остается равной 3%,

Снижать ставку могут до 12,5%, ниже ставка налога опускаться не может.

С 2019 года льготы по налогу на прибыль сократятся. Власти субъектов теперь не смогут снижать ставки налога на прибыль по своему усмотрению. Такое право у них будет только в отношении категорий налогоплательщиков, которые указаны в НК. Например, для резидентов особых экономических зон и участников региональных инвестиционных проектов.

Еще одна группа льготников – организации, осуществляющие свою деятельность на территориях особых экономических зон и на территории Крыма и Севастополя. Для этих компаний максимальная ставка по налогу на прибыль равна 13,5%.

Пониженные ставки, которые региональные власти ввели до начала 2018 года, можно применять до истечения их срока действия. Но есть оговорка. С 1 января 2023 года все прежние сниженные ставки утратят силу. Более того, на 2019 – 2020 год региональные власти вправе повысить ставку, которую ранее приняли.

Налог на прибыль организаций с 2019 года: что изменится

Фирмы и предприятия, работающие в России, прежде всего интересуют налогообложение налогом на прибыль, если они применяют общую систему и не являются спецприёмниками. Поэтому предлагаем вашему вниманию обзор, посвященный запланированным Правительством РФ в 2018 году изменениям по налогу на прибыль организации.

Сразу отметим, что налогообложение прибыли организаций с 2019 года будет происходить по прежним ставкам. В этой части изменений в действующее законодательство не будет.

На налог на прибыль организаций в 2019 году повлияет еще один фактор. С 2019 года компании смогут учитывать при расчете ННП расходы, понесенные на приобретение для сотрудников туристических и санаторно-курортных путевок (за исключением заграничных) по договору реализации турпродукта.

Существует ограничение в суммах затрат: списать можно не больше 50 тыс. руб. в год на отдых по работнику и каждому его родственнику. Кроме того, подобные траты вместе с расходами на медицинское обслуживание сотрудников и взносами на добровольное личное страхование не должны превышать 6 % от общих затрат на оплату труда. Со стоимости туристической путевки по договору с работника должен быть удержан НДФЛ. Датой получения дохода будет день, когда компания оплатила путевку.

Признать и списать расходы можно лишь по договору с туроператором или турагентом, заключенному компанией в пользу сотрудника или его родственников (супруги(а), родителей и детей до достижения ими 18 или 24 лет - если они являются студентами дневного отделения вуза). Предприятия смогут учесть в затратах стоимость проезда, проживания, питания, традиционного санаторно-курортного и экскурсионного обслуживания (изменения по налогу на прибыль в НК РФ-2019 внесены ст. 1 закона № 113-ФЗ от 23.04.2018).

Облагается далеко не только прибыль компаний, нагрузка налогового ярма будет увеличена по многим налогам. Прибыль малых компаний может пострадать по причине введения повышенной ставки взносов за персонал. Они будут увеличены на 10%, и достигнут отметки в 30%. Коснется выросший налог патента, ЕНВД, а также УСН. Увеличатся и страховые уровни взносов ПФР.

В сфере нефтегазовой отрасли налог поднят для тех, кто использует акцизу, также возрос налог НДС (вместо 18%, теперь предстоит вложить 20%). Прибыль налоговых сборов коснется и продавцов, и потребителей, поскольку если заложить налог в цену товара, то упадет уровень спроса. По мнению экспертов, сохранить прибыль в 2019 проще в случае паритетного деления налогового роста.

Список литературы

1. Федеральный закон от 20.04.2014 N 81-ФЗ, изменения в главу гл.25 «Налог на прибыль организаций», вступят в силу с 01.01.2015 г.

2. Федеральный закон от 26.11. 2017 г. № 224-ФЗ "О внесении изменений в часть первую, часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации"
3. Министерство Финансов РФ (Дата посещения 21.05.2019г.)
4. Федеральная служба государственной статистики (Дата посещения 21.05.2019г.)
5. Налог на доходы физических лиц. Нажуева Д. Н., Даудов Д. Э

УДК 330

ВЫПЛАТЫ ОТПУСКНЫХ ПОСОБИЙ СОГЛАСНО ТК РФ В 2019 Г.

КОРЯКИН АЛЕКСАНДР АНДРЕЕВИЧ

студент

кафедра экономики труда и управления персоналом
Уральский государственный экономический университет

Аннотация: Статья посвящена начислению и выплате отпускных сотрудникам, определению сроков уплаты НДФЛ по ним. Обозначению обязанностей налоговых агентов по начислению и перечислению сумм платежей в бюджет.

Ключевые слова: Ежегодный оплачиваемый отпуск, среднедневный заработок, заявление на отпуск, подоходный налог, ставка НДФЛ, дата уплаты налога.

LEAVE PAYMENTS ACCORDING TO THE LABOUR CODE IN 2019

Koryakin Alexander Andreevich

Abstract: The article is devoted to the accrual and payment of vacation pay to employees, the determination of the timing of the payment of personal income tax on them. The designation of the duties of tax agents for the accrual and transfer of payments to the budget.

Key words: Annual paid vacation, average daily earnings, vacation application, income tax, personal income tax rate, tax payment date.

Каждый работающий имеет право на ежегодный оплачиваемый отдых продолжительностью не менее установленной законом. Статья 114 ТК РФ также обязывает работодателя на время отпуска сохранять за сотрудником место работы, должность и средний заработок. Ежегодный оплачиваемый отпуск предоставляется каждому работнику. Это право закреплено законодательно соответствующей статьей Трудового кодекса РФ. Длительность годового оплачиваемого отпуска обычно не превышает 28-ми календарных дней. Более продолжительные отпуска устанавливаются для отдельных категорий, работающих, например, для тружеников Крайнего Севера, сотрудников вредных производств и т.п.

Законодательство предусмотрело сохранение среднего заработка за работающим на время положенного ему ежегодного периода отдыха. Оплата за этот период устанавливается по формуле. Умножив число дней отдыха на средний заработок определяется размер отпускного пособия.

Административная ответственность для работодателя, не известившего работника о положенном ему законом отпуске или допустившего такое нарушение ТК РФ, как невыплата отпускных в срок, предусмотрена ст. 5.27 КоАП РФ: для должностных лиц предупреждение или штраф от 1 до 5 тыс. рублей; для предпринимателей штраф от 1 до 5 тыс. рублей; для организаций штраф от 30 до 50 тыс. рублей. Узнать, в какое время он может рассчитывать на отпуск, работающий вправе из графика отпусков, о составлении которого каждого уведомляют под роспись. Если такого графика нет, работник пишет заявление.

Если заявление на отпуск подано менее, чем за 3 дня до предполагаемой даты отпуска, то, скорее всего, такой отпуск не будет оформлен: работодатель не успеет сделать расчет и произвести выплату отпускных. Хотя ТК РФ не регламентирует время подачи заявления на отпуск, учитывая, что отпускные требуются выплатить за 3 дня до его начала заявление должно быть подано как минимум за 4

дня. В противном случае работодателю просто не хватит времени провести оформление и выплату в установленный законом срок.

Минимум за три календарных дня до ухода на отдых, работник должен получить отпускные наличными деньгами, либо переводом на карту физического лица. Размер выплаты рассчитывается на основании среднего дневного заработка путем умножения его на количество дней отпуска.

Статья 226 НК РФ обязывает организации и ИП, от которых физическое лицо получает доходы, удерживать и перечислять в бюджет подоходный налог. Ставка НДФЛ по отпускным та же, что и при расчете НДФЛ с заработной платы:

- 13% с дохода, если работающий признаётся российским резидентом (находился на территории РФ не менее 183 календарных дней в течение 12 месяцев подряд) материальные запасы на складах
- 30% с дохода, если сотрудник является нерезидентом.

В общем случае налоговый агент перечисляет удержанный с физического лица подоходный налог в ИФНС по месту своего учёта. Если у организации есть обособленное подразделение, то налог, удержанный с его сотрудников, перечисляется по месту нахождения ОП. ИП, которые являются плательщиками ЕНВД и ПСН, перечисляют НДФЛ с доходов физических лиц по месту ведения своей деятельности. Это следует из п. 7 статьи 226 НК РФ.

Важно: за нарушение обязанности налогового агента по удержанию и перечислению подоходного налога с зарплаты, отпускных и других выплат налагается штраф по статье 123 НК РФ. Сумма взыскания – 20% от неуплаченной или не перечисленной суммы НДФЛ.

Законом от 2 мая 2015 г. № 113-ФЗ установлено, что перечисление НДФЛ с произведенных выплат работнику должно происходить в следующие сроки:

Таблица 1

Доход	Срок уплаты НДФЛ
Заработная плата	Не позже дня, следующего за днем ее выплаты
Доход в натуральной форме	Не позже следующего дня за днем выплаты данного дохода
Пособие по нетрудоспособности (больничный)	Не позднее последнего числа месяца, в котором выплачено пособие
Отпускные	Не позднее последнего числа месяца, в котором произведена выплата отпускных

Таким образом, платить НДФЛ с отпускных в 2019 году необходимо не позднее последнего дня месяца, в котором они были оплачены. Так же новые сроки перечисления НДФЛ с отпускных со 2 мая 2018 года позволяют работодателю уплатить подоходный налог сразу с нескольких работников. Это особенно актуально в летний период, когда в отпуска уходят массово. Кроме того, НДФЛ с больничного листа можно выплатить одним платежным поручением с подоходным налогом с отпускных, если они были выплачены в одном месяце.

Момент, требующий внимания: закон от 2 мая 2015 г. № 113-ФЗ изменил только срок уплаты НДФЛ с отпускных в 2018 году, т.е. перечисления его в бюджет. А исчисление и удержание подоходного налога с отпускных, как и ранее, происходит при их фактической выплате (статья 226 (4) НК РФ).

Налоговые агенты должны перечислять НДФЛ не позднее дня, следующего за днем выплаты дохода. Таково требование п. 6 ст. 226 НК РФ.

Тем не менее при выплате отпускных и пособий дата уплаты налога другая. Организации в этом случае обязаны перечислить в бюджет НДФЛ не позднее последнего числа месяца, в котором производились такие выплаты.

Если компания выплатила работникам в течение месяца больничные или отпускные, то в последний день месяца нужно перечислить в бюджет НДФЛ, который удержали с этих выплат. Если эта дата выпадает на выходной и праздник, то срок переносится на ближайший рабочий день.

При этом, если налоговый агент осуществляет выплаты с разными сроками уплаты НДФЛ, то на

перечисление НДФЛ нужно оформлять разные платежи.

Таким образом, при перечислении НДФЛ с зарплаты, отпускных и больничных оформляются отдельные платежи, так как сроки уплаты налога с данных выплат разные.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.// ГАРАНТ: информационно-правовой портал.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации.// ГАРАНТ: информационно-правовой портал.
3. Федеральный закон от 2 мая 2015 г. № 113-ФЗ
4. Федеральный закон от 31.05.2002 № 62-ФЗ «О гражданстве Российской Федерации»./ Консультант плюс: правовая система.
5. Указ Президента РФ от 14.11.2002 № 1325 «Об утверждении Положения о порядке рассмотрения вопросов гражданства Российской Федерации»./ Консультант плюс: правовая система.
6. Приказ Министерства по налогам и сборам РФ от 31.10.2003 № БГ-3-04/583./ Консультант плюс: правовая система.
7. Приказ Министерства по налогам и сборам РФ от 15.06.2004 № САЭ-3-04/366@./ Консультант плюс: правовая система. от 28.09.2001 № ШС-6-14/734 (в редакции письма от 12.05.2004 № 14-3-03/1712-6)./ Консультант плюс: правовая система.
8. Письмо Министерства финансов РФ от 10.12.2007 № 03-04-06-01/435./ Консультант плюс: правовая система.
9. Решение Высшего Арбитражного суда от 26 января 2005 г. № 16141/04./ Консультант плюс: правовая система.
10. Волкова Г.А., Поляк Г.Б. Налоги и налогообложение: учебное пособие. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, Закон и право, 2017. — 415 с.
11. Официальный Интернет-сервер Министерства по налогам и сборам Российской Федерации <http://www.nalog.ru>

УДК 330

ИССЛЕДОВАНИЕ ИЗВЕСТНОСТИ ТОРГОВОЙ МАРКИ И ЕЕ РЕКЛАМЫ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ HONOR (HUAWEI)

ЗАЛЕПАЕВ ВАДИМ ДМИТРИЕВИЧ

студент 2 курса

НГУЭУ «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»

Аннотация: В данной статье раскрыты подходы к исследованию известности торговой марки. Приведены результаты исследования известности торговой марки Honor, на основании которых выявлены проблемы известности торговой марки и рекомендации по их совершенствованию.

Ключевые слова: гипотезы, студенты, известность торговой марки, торговая марка, реклама.

RESEARCH OF THE BRAND'S POPULARITY AND ITS ADVERTISING ON THE EXAMPLE OF HONOR (HUAWEI)

Zalepaev Vadim Dmitrievich

Abstract: This article describes the approaches to the study of brand awareness. The results of the research of the honor trademark fame are presented, on the basis of which the problems of the trademark fame and recommendations for their improvement are revealed.

Key words: hypotheses, students, fame trademark, trademark, advertising.

Для изучения уровня известности чаще всего проводят маркетинговые исследования. Это связано с тем, что из-за известности бренда формируется и покупательский спрос на рынке, что имеет достаточно большое влияние на экономику компании.

Перед тем как перейти к рассмотрению результатов исследования, введем основные понятия, чтобы четко понимать о чем далее будет идти речь. Товарная марка — это «запатентованный визуальный, эмоциональный, рациональный и культурный образ, который ассоциируется с компанией или продуктом» [1, с. 134]. К сожалению мы не нашли определения «известность торговой марки», которое бы в полной мере нас удовлетворяло, поэтому мы вывели собственное определение данному понятию. Известность торговой марки — это знание бренда, и способность отнести тот или иной товар к определенному бренду.

Мы провели маркетинговое исследование уровня известности торговой марки Honor с целью выявления факторов, влияющих на ее известность, существующих проблем и разработка рекомендаций по повышению известности торговой марки и ее рекламы. Задачи исследования: изучить существующее состояние известности торговой марки и ее рекламы; выявить факторы, оказывающие существенное влияние на известность торговой марки; выявить проблемы и разработать мероприятия по повышению известности торговой марки и ее рекламы. Объектом исследования является выборочная совокупность людей, знающая или же регулярно пользующаяся торговой маркой Honor. Предметом исследования являются особенности повышения известности торговой марки на примере торговой марки Honor, факторы, проблемы, возможности повышения торговой марки и ее рекламы. Гипотезы исследования связаны с тем, что торговая марка Honor известна широкому кругу потребителей; основные фак-

торы оказывающие влияние на уровень известности бренда — это цена, качество и дизайн; основной источник известности — это продвижение через лидеров мнений и рекламу; у торговой марки нет существенных проблем с известностью. Нами были продуманы этапы проведения исследования [2] и разработана рабочая программа в соответствии с рекомендуемыми разделами и требованиями к ее составлению [3]. Во время проведения опроса респондентам было предложено ответить на вопросы анкеты, которая была создана в соответствии с рекомендациями [4]. В ней респондентам было предложено ответить на вопросы о уровне известности бренда, выбрать источники информации, из которых они узнали о торговой марке, о уровне лояльности к этим источникам, выбрать основные факторы, которые влияют на уровень известности и так далее.

На первом этапе мы определили уровень известности торговой марки Нопог среди респондентов. На вопрос: «Знаете ли вы бренд Нопог?», абсолютное большинство ответило, что знают данный бренд (98%), «нет» ответило 0% респондентов, затруднились ответить — 2%. Всего 78% легко бы узнали логотип или товар данной торговой марки, 8% опрошенных узнали бы их, но с подсказками, также 8% ответили, что не уверены, что узнали бы, 4% — точно не узнали бы и 2% — затруднились ответить. Таким образом, наша гипотеза о том, что большинство людей хорошо знают о торговой марке Нопог подтвердилась.

На втором этапе мы решили проанализировать основные источники информации о бренде, а также степень доверия каждому из них. Большинство респондентов узнали о торговой марке из рекламы (52%), из них 73,3% узнали из рекламы в интернете, 10% — из рекламы на ТВ, 3,3% — из наружной рекламы, 3,3% — узнали от консультанта в магазине, 10% — затруднились ответить. Та же группа опрошенных на вопрос «На сколько сильно вы доверяете информации из рекламы?» ответила, что 69,2% — нейтрально относятся к информации из рекламы, 23,1% — доверяют, но проверяют, 3,8% — почти не доверяют, 3,8% — затруднились ответить. 32% респондентов ответили, что узнали о бренде от лидеров, из них на вопрос «На сколько сильно вы доверяете информации от лидеров мнений?» ответили, что 50% — доверяют, но проверяют, 26,7% — нейтрально относятся, 13,3% — полностью доверяют, 6,7% — полностью доверяют, 3,3% — почти не доверяют. 4% респондентов ответили, что узнали из СМИ, из них 84,2% узнали из интернет СМИ, 15,8% — затруднились ответить. Также, те же респонденты на вопрос «На сколько сильно вы доверяете информации из рекламы?» ответили, что 63,2% — нейтрально относятся, 15,6% — почти не доверяют, 10,5% — доверяют, но проверяют, 5,3% — полностью не доверяют, 5,3% — затруднились ответить. 2% респондентов узнали о бренде в магазине, при выборе смартфона. 10% респондентов затруднились ответить на этот вопрос. Полученные данные, позволяют нам сделать вывод, что самый распространенный источник известности бренда — это реклама из интернета, а к лидерам мнений больше прислушиваются и больше доверяют по сравнению со всеми другими источниками информации.

На третьем этапе нами был проведен анализ отношения респондентов к бренду через факторы, которые имеют большое влияние на известность торговой марки. Результаты опроса представлены в табл. 1.

Таким образом, рассмотрев полученные результаты можно сделать вывод, что большинство респондентов достаточно лояльно относятся к бренду и его товарам.

Во время проведения исследования нами были выявлены проблемы, связанные с известностью торговой марки: большая конкуренция и однообразие всех смартфонов на рынке. Первая проблема достаточно очевидна, так как на рынке смартфоном действительно очень много различных марок, которые постоянно борются за внимание покупателей. По поводу второй же проблемы стоит сказать, что все смартфоны очень похожи друг на друга, и это факт, все выполняют одни и те же функции, у многих похожий дизайн, у всех почти одинаковые технические характеристики и так далее. Имея такой достаточно однообразный рынок, очень сложно на его фоне выделиться. И проблема лежит даже не в том, что сложно придумать что-то новое. Проблема в другом — все новое очень быстро копируют конкуренты, и компания Нопог не исключение.

Для устранения указанных проблем необходимо, чтобы бренд Нопог придумала какие-либо новые интересные визуальные или технические решения, которые бы помогли выделиться торговой марке на фоне ее конкурентов. У бренда Нопог уже есть своя фирменная особенность: яркая, градиентная,

стеклянная, многослойная задняя крышка смартфона, которая привлекает внимание и помогает идентифицировать бренд. Но не стоит останавливаться лишь на этой особенности, нужно придумать более весомые технические решения, которые бы создали ажиотаж среди покупателей и, тем самым, повысили бы уровень известности в разы.

Таблица 1

Отношение респондентов к бренду

	Качество продукции	Качество упаковки	Цена	Реклама	Дизайн
Полностью удовлетворяет	18	22	16	14	24
Удовлетворяет	52	56	64	64	52
Удовлетворяет и не удовлетворяет	4	4	6	8	14
Не удовлетворяет	4	0	2	0	2
Полностью не удовлетворяет	0	0	0	0	0
Затрудняюсь ответить	22	18	12	14	8

Таким образом, мы надеемся, что данные рекомендации позволят разрешить ряд существующих проблем и повысить уровень известности торговой марки Honor.

Список литературы

1. Веприк О. М. Торговая марка, Бренд и Товарный знак // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. –2006. –№24. –С. 134-135.
2. Воловская Н.М. Этапы проведения маркетинговых исследований//Проблемы и перспективы развития науки в России и мире. – 2016. –С. 78-82.
3. Воловская Н.М. Рабочая программа как необходимый стратегический документ маркетинговых исследований// Теория и практика общественного развития.– 2017.–№2. – С. 37-39.
4. Воловская, Н. М. Методология и методика социологического исследования: Учеб. Пособие. – 2011. – 192 с.

© Залепаев Вадим Дмитриевич 2019

УДК 330

УЧЕТ И АУДИТ ПОСТУПЛЕНИЯ И ПРОДАЖИ ТОВАРОВ В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

ГОРОВАЯ ВИКТОРИЯ ДМИТРИЕВНА

студент

ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

Аннотация: Внутренняя торговля – одна из главных сфер жизнедеятельности населения, потому что выполняется рыночная координация товарного предложения и покупательского спроса. Торговля, выступая источником поступления денежных средств, создает фундамент экономической устойчивости государства. В современной экономике выработалась стабильная конкуренция, в связи с наибольшей активностью в предпринимательской и инвестиционной сферах. Поэтому первостепенной системой образования бюджета является внутренняя торговля. На данный момент потребительский рынок отличается наибольшей насыщенностью, что говорит об отсутствии дефицита товаров. В современном мире распределение товаров основывается на взаимовыгодных торговых отношениях. Увеличение объемов продажи товаров, работ, услуг имеет тенденцию к стабильности. Поскольку торговля является сферой деятельности организации, то она показывает ведение операций по поступлению, реализации и обмену товаров, а также различных посреднических действий.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, поступление, реализация, потребительский рынок, торговое предприятие, аудит.

ACCOUNTING AND AUDIT OF RECEIPT AND SALE OF GOODS IN A TRADE ORGANIZATION

Gorovaya Victoria Dmitrievna

Abstract: Domestic trade is one of the main spheres of vital activity of the population, because the market coordination of commodity supply and consumer demand is carried out. Trade, acting as a source of cash inflows, creates the foundation for the economic sustainability of a state. In the modern economy, stable competition has developed, due to the greatest activity in the business and investment sectors. Therefore, the primary education system of the budget is domestic trade. At the moment, the consumer market is most saturated, which indicates the absence of a shortage of goods. In the modern world, the distribution of goods is based on mutually beneficial trade relations. The increase in sales of goods, works, and services tends to stability. Since trade is the sphere of activity of the organization, it shows the conduct of operations for the receipt, sale and exchange of goods, as well as various mediation activities.

Key words: accounting, receipt, sales, consumer market, trading enterprise, audit.

Поставщиком большей части зарубежных товаров и товаров отечественного производства на внутренний рынок, в современной российской экономике, является оптовая торговля.

Опираясь на мировой опыт, рост оптовой торговли определяется важными тенденциями в экономике: увеличением массового производства на предприятиях; ростом объемов производства продукции не только для выполнения уже заключенных договоров, но и для заключения новых. [1]

Ознакомление с теоретическими основами учета и аудита покупки и реализации товаров в оптовой торговле является целью написания данной работы.

Ежедневный учет поступлений от реализации товаров необходим для организации эффективной деятельности торгового предприятия, своевременного обновления товарных запасов.

Бухгалтерский учет предприятия должен обеспечивать всецелый контроль поступления и реализации товаров, являющихся главным объектом учета.

Опираясь на Положение по бухгалтерскому учету № 5/01 «Учет материально-производственных запасов», утвержденный приказом Министерства Финансов Российской Федерации от 9 июня 2001 года, товары выступают частью материально-производственных запасов компании, полученных от поставщиков и предназначенных для их последующей продажи или перепродажи. Ссылаясь на пункт 5 ПБУ № 5/01 товары принимаются к бухгалтерскому учету по сумме фактических затрат предприятия на приобретение продукции помимо НДС. Организация, ведущая торговую деятельность, включает затраты на транспортировку товаров до складов в состав расходов на продажу. Руководствуясь пунктом 16 ПБУ № 5/01 выбывающие товары (кроме товаров, учитываемых по продажной стоимости) и остаток товаров на конец отчетного периода исчисляются одним из следующих методов: [2]

- по себестоимости каждой единицы;
- по средней себестоимости;
- метод ФИФО (по себестоимости первых по времени приобретения товаров).

Общество с ограниченной ответственностью «Европа» продает продукцию в основном для оптовой торговли, поэтому в обязательном порядке контролирует каждую партию товара, поступившую и выбывшую со склада. Согласно учетной политике, в обществе с ограниченной ответственностью «Европа» товары фиксируются по согласованным ценам на счете 41 «Товары», а затраты по транспортировке товаров отражаются на счете 44 «Расходы на продажу».

При помощи оборотно-сальдовых ведомостей учет товаров основывается на данных отчета о движении товаров, передаваемого работниками склада в конце каждого месяца в бухгалтерию. Общество с ограниченной ответственностью «Европа» применяет метод по средней себестоимости для списания стоимости реализованной продукции.

Аудит является независимой проверкой бухгалтерской (финансовой) отчетности в организации. Главной целью аудиторского контроля выступает проверка подлинности финансовой отчетности. Помимо этого, он оценивает состояние дел на фирме, проводит анализ имеющихся недочетов и исправляет их. Аудиторская проверка бывает двух видов: обязательная и инициативная.

По решению руководителя предприятия инициативный аудит может быть проведен внезапно, без предупреждения заинтересованных лиц.

Случаи проведения обязательного аудита:

- если организационно-правовая форма организации является открытое акционерное общество;
- если к организованным торгам допущены ценные бумаги компании;
- если организация является кредитной или страховой компанией, товарной или фондовой биржей, инвестиционным фондом, государственным внебюджетным фондом;
- если за предшествующий отчетному год объем выручки от реализации продукции предприятия более 400 миллионов рублей или по состоянию на конец предшествующего отчетному году сумма активов бухгалтерского баланса превышает 60 миллионов рублей.

Учитывая, что за предшествующий год сумма активов общества с ограниченной ответственностью «Европа» более 60 миллионов рублей, то предприятие ежегодно подлежит обязательному аудиту.

По итогам проверки документального оформления товарных операций в обществе с ограниченной ответственностью «Европа», бухгалтерский учет ведется в соответствии с нормативно-правовыми актами. Ключевые моменты учета товарных операций находят отражение в учетной политике, которая составлена с соблюдением действующих законодательных актов. Поскольку в ходе исследования не было выявлено ошибок в учете, то он организован в обществе с ограниченной ответственностью «Европа» хорошо и заслуживает высокой оценки.

В торговой организации учет товарных операций хозяйственной деятельности является наиболее трудоемким. Именно поэтому, правильность ведения учета позволяет в кратчайший срок получать уведомления о поступлении и выбытии товаров, об исполнении обязательств перед поставщиками и обеспечении контроля запасов и их сохранности.

Список литературы

1. Белов А.А. Бухгалтерский учет. Теория и практика // Книжный мир. - 2016. - С. 25.
2. Учет материально-производственных запасов ПБУ 5/01 от 09.06.2001 № 44н (ред. от 16.0.2016) // СПС «Консультант плюс».
3. Суйц В.П., Ахметбеков А.Н. Аудит: общий, банковский, страховой // ИНФРА-М. - 2016. - С. 37.
4. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 №145-ФЗ (ред. от 15.04.2019) // СПС «Консультант плюс».

© В.Д. Горовая, 2019

УДК 330

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

ХАРЛАМОВА ИРИНА ЮРЬЕВНА

канд. экон. наук, доцент

ШАВРОВА КРИСТИНА АЛЕКСАНДРОВНА

студентка

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления»

Аннотация: в статье рассматриваются основные особенности Интернет-рекламы, виды рекламы и продвижения в Интернете, а также анализируется специфика разработки рекламного продукта.

Ключевые слова: реклама, разработка рекламного продукта, интернет-реклама, особенности интернет-рекламы.

PARTICULAR QUALITIES OF INTERNET-ADVERTISING DEVELOPMENT

**Kharlamova Irina Yuryevna,
Shavrova Kristina Alexandrovna**

Abstract: the article presents the main features of Internet-advertising, kind of advertisements and promotion in the Internet, it also gives an analysis a particularity of advertising product development

Key words: advertising, advertising product development, Internet-advertising, features of Internet-advertising.

Реклама в Интернете имеет особую специфику, которая должна учитываться при разработке рекламного продукта, также выделяется ряд наиболее распространенных форм интернет-рекламы.

К основным формам интернет-рекламы относятся:

1. Медийная реклама (например, баннер на главной странице поисковика).
2. Контекстная реклама (например, реклама на сайте-партнере РСЯ).
3. Поисковая контекстная реклама (например, реклама в первых строках поиска) [2, с. 21].

Помимо перечисленных форм, возможны и другие варианты рекламного размещения в Интернете. В том числе регистрация в каталогах и поисковых системах, публикация адреса сайта в макетах офлайн-рекламы, профильные ссылки, вирусный маркетинг, PR-акция, SEO, «рекламигры», спонсорство на крупных проектах, спецпроекты на посещаемых сайтах [1, с. 30].

Одной из основных особенностей интернет-рекламы считается ее относительно низкая стоимость по сравнению с традиционными каналами рекламы, которая обеспечивается за счет сокращения расходов на разработку и распространение рекламного сообщения [2, с. 23].

Данный канал предоставляет возможность оперативного сбора статистики. Размещая рекламное объявление в Интернете, вы имеете возможность отслеживать реакцию пользователей на ваше сообщение и на ее основе вносить оперативные корректировки, что позволяет минимизировать урон от возможных недочетов и обеспечить максимальную эффективность рекламной кампании [2, с.24].

Интернет – интерактивный рекламный канал. Потенциальный потребитель не просто воспринимает ваше рекламное сообщение, но и имеет возможность мгновенного взаимодействия с ним: перехода на сайт, заказа услуги или товара, звонка, записи на консультацию и т.д. Таким образом, вы полу-

чае обратную связь от вашей ЦА, на основании которой можете делать выводы о рекламной кампании или продукте и вносить соответствующие изменения [3].

Также интернет-реклама предоставляет возможность таргетинга, то есть установка таких настроек рекламной кампании, которые позволят выделить из всей имеющейся аудитории группы пользователей, удовлетворяющих определенным критериям, и показывать объявление именно им. Именно таргетинг можно назвать главным преимуществом интернет-рекламы по отношению к остальным видам рекламы, поскольку эффективность расхода рекламного бюджета значительно повышается за счет отсеивания незаинтересованной аудитории [3].

Помимо этого, следует отметить следующие особенности.

– Неограниченные возможности охвата аудитории. В отличие от ТВ/радиорекламы, которые ограничиваются определенной географией вещания, или наружной рекламы, которая ограничивается конкретной точкой показа сообщения, интернет-реклама может показываться пользователю, находящемуся в любой точке мира, если он подходит под ваши критерии.

– Сильное эмоциональное воздействие. Интернет-реклама предоставляет большой выбор различных медиа-средств: звук, изображение, видео. Широкие возможности технических решений позволяют сделать рекламу более наглядной, что повышает эффективность воздействия и запоминаемость.

– Интернет-реклама предоставляет возможность определения наиболее эффективного рекламного обращения при минимальных затратах и в короткий срок. На этапе, когда рекламные макеты полностью готовы, запускается несколько вариантов, а по результатам тестирования выбираются макеты с лучшими показателями. Также тестирование позволяет оценить правильность самих настроек рекламной компании и своевременно их скорректировать, избежав перерасхода бюджета [1; 3].

В процессе разработки рекламного продукта для размещения в Интернете выделяются следующие этапы:

- 1) определение целей и задач рекламной кампании, а также установка показателей оценки ее эффективности;
- 2) формирование идеи сообщения, основной концепции и посыла;
- 3) формирование возможных решений и выбор ключевых композиций;
- 4) определение формы, структуры, цвета, фона и технологии реализации рекламного продукта, а также его непосредственное воплощение;
- 5) тестирование и запуск рекламной кампании [5, с. 247].

Анализируя рекламные макеты в Интернете можно отметить ряд особенностей их разработки:

- баннеры представляют прямоугольные графические изображения в формате JPG;
- помещаются на страницах поисковиков, рекламных блоках социальных сетей и сайтах-партнерах РС Яндекс и КМС Google;
- имеют размер 468x60 пикселей или 400x40 пикселей;
- размер файла не превышает 10-15 килобайт, что обеспечивает быструю загрузку;
- все графические материалы разрабатываются с помощью Adobe Photoshop и Adobe Illustrator в соответствии с брендбуком компании-заказчика. В материалах используется корпоративный шрифт, цвет, указывается логотип.

Разработка рекламного продукта в Интернете связана не только с непосредственной разработкой таких рекламных материалов как фото, видео и текстовый контент, но и с настройкой РК и аналитики. Данный момент является ключевым для рекламы в интернете, поскольку именно это обеспечивает столь высокую эффективность канала, предоставляя полную информацию о работе каждого отдельного размещения и реакции целевой аудитории на него [4].

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что интернет-реклама – это целенаправленная коммуникация с потенциальным потребителем, обеспечивающая привлечение внимания к продукту или услуге и побуждение к целевому действию, основанная на взаимодействии в сети Интернет. Интернет-реклама может быть представлена в различных формах, в числе которых медийная, контекстная и поисковая реклама. Данный канал имеет ряд особенностей, которые отличают его от традиционных каналов рекламы и предоставляют новые возможности для повышения эффективности рекламных

кампании, что объясняет значительный рост рынка интернет-рекламы и ее удельный вес относительно всех используемых на данный момент видов рекламы.

Список литературы

1. Бортникова А.А. Понятие Интернет-рекламы, ее особенности и виды//Маркетинг, маркетинговые исследования и технологии активных продаж. 2016. № 14. С.29-36.
2. Брежнева В.М., Башкатова В.Я. Сущность и виды Интернет-рекламы//Современные тенденции экономики и управления. Материалы международной научно-практической конференции. 2016. С. 19-26.
3. Кензина Ц. З., Бережной Р. И. Понятие и особенности интернет-рекламы//Молодой ученый. 2016. №27.2. 15-17 с. [Электронный ресурс] URL <https://moluch.ru/archive/131/36446/> (дата обращения: 07.05.2019).
4. Романов А.А. Учебное пособие по дисциплине «Реклама. Интернет-реклама» / А.А. Романов. Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. - М.:, 2003.- 168 с.

УДК 331

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ПРИ ПЕРЕХОДЕ ОРГАНИЗАЦИИ НА БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО

ШАКИРОВА КСЕНИЯ ОЛЕГОВНА

студент магистратуры

Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения

Аннотация: В данной статье была изучена японская корпоративная культура, которая зародилась в компании Toyota. Тайити Оно утверждает, что практические инструменты – не самое главное в системе бережливого производства. Прежде всего, нужно создать особую корпоративную культуру, стимулирующую сотрудников к постоянному совершенствованию производственных процессов.

Ключевые слова: корпоративная культура, бережливое производство, управление персоналом, практики регулярного менеджмента, производственная система Toyota.

CORPORATE CULTURE IN THE TRANSITION OF THE ORGANIZATION TO LEAN MANUFACTURING

Shakirova Ksenia Olegovna

Abstract: In this article we studied the Japanese corporate culture, which originated in the company Toyota. Taiichi Ohno argues that practical tools are not the most important thing in the lean manufacturing system. First of all, it is necessary to create a special corporate culture that encourages employees to constantly improve production processes.

Keywords: corporate culture, lean production, personnel management, regular management practices, Toyota Production System.

Понятие «бережливое производство» зародилось в Японии в 50-х годах прошлого века. Страна восходящего солнца, склонная подходить ко всему фундаментально, возвела концепцию постоянного совершенствования производственных бизнес-процессов в ранг закона.

Тайити Оно, соединив лучшее из американского подхода к управлению производством с собственными методами оптимизации, создал настоящее «секретное оружие» - TPS (Toyota Production System).

Toyota создана по принципу самообучающейся организации и доказывает эффективность этой модели уже более 60 лет. В компании стимулируют работников проявлять инициативу, экспериментировать и обучаться на собственном опыте. Каждый сотрудник Тойота знает, что от него ждут не только качественного исполнения своих обязанностей, но и поиска новых креативных способов экономии материальных, технологических и временных ресурсов. Основа философии TPS: креативный потенциал сотрудников важнее технологий [1, с 25].

Добиться операционной эффективности позволяют такие инструменты бережливого производства, как «точно вовремя», кайдзен, поток единичных изделий, система 5S. Успех при применении этих средств проистекает из философии бизнеса, в основе которой лежит понимание людей и их мотивация. Успех организации определяется, прежде всего, тем, что, разрабатывая стратегию, выстраивая отношения с поставщиками, организация неустанно совершенствует лидерство, работу команд и культуру бизнеса. В данной статье приведено сравнение корпоративной культуры компании Ford и Toyota, таблица 1.

Таблица 1

Сравнение корпоративных культур

Американская корпоративная культура	Японская корпоративная культура
Роль менеджера – начальник	Роль менеджера – наставник
Менеджмент сфокусирован на решении текущих проблем	Менеджмент сфокусирован на предотвращении проблем и анализе причин их возникновения
При возникновении проблемы все силы брошены на поиск виновного для наказания	При возникновении проблемы все задают вопрос: «Как можно быстро исправить ситуацию?»
Сотрудники – винтики в системе	Сотрудники влияют на организацию производственного процесса
Жесткий стиль переговоров с поставщиками и подрядчиками. Главная задача менеджера – добиться скидки или отсрочки платежа	Задача менеджера – устанавливать партнерские отношения, обучать и мотивировать поставщиков и подрядчиков

Ключ к удачному внедрению системы непрерывного совершенствования организации лежит в понимании и разделении сотрудниками целей и ценностей организации и их качественной деятельности, направленной на достижение этих целей. Организация даёт понять, какой колоссальный вклад сотрудники вносят, что их успехи и неудачи играют важную роль для организации. Сотрудники таких компаний лучше информированы о целях и задачах организации, ее текущих успехах, проблемах и неудачах. И самое главное: такие сотрудники - самый мощный источник идей. Именно они, непосредственно вовлеченные в рабочий процесс, наиболее детально представляют себе реальные пути совершенствования и развития бизнеса [2, с 58].

Связующим звеном между высшим руководством и работниками является менеджер. Культура управления проявляется в том, как менеджер выполняет свои основные функции: планирование, организация, контроль, и мотивация.

В России большинство компаний внедряет инструменты бережливого производства, совершенно забывая о важности качественного менеджмента. Что влечет за собой недопонимание этих инструментов и низкую вовлеченность со стороны сотрудников. Исключить «хаос» в компании и сопротивление персонала при внедрении системы непрерывных совершенствований позволят практики регулярного менеджмента.

Практики регулярного менеджмента дают возможность руководителю трансформировать роль администратора, раздающего задания и несущего функцию контролера, в роль Лидера. Именно лидер является помощником при внедрении системы непрерывного совершенствования [3, с 134]. Такой руководитель тесно взаимодействует с сотрудниками, информирует их о целях и ценностях организации, одобряет проявление инициативы и создает комфортную среду для развития людей.

Практики регулярного менеджмента представляют собой методы руководства, направленные на повышение эффективности подразделения и развитие потенциала сотрудников. Они формируют целевую управленческую культуру [4, с 87].

Практики регулярного менеджмента: встроены в основные управленческие функции; имеют стандартные пошаговые алгоритмы действий; основаны на принципах эффективного руководства; применяются всеми руководителями на любом уровне управления; представляют собой корпоративные ценности в действии.

Структура практики:

- Каждая из практик реализуется в определенном наборе управленческих ситуаций.
- Каждая из практик направлена на достижение конкретных целей в области повышения эффективности процессов и развития потенциала сотрудников.
- Каждая из практик базируется на ряде принципов и реализуется в виде четко определенной последовательности действий руководителя.

Компаниям, внедряющим систему непрерывного совершенствования, рекомендуется применять следующий набор практик регулярного менеджмента:

- Визуальное управление эффективностью
- Развивающий диалог
- Эффективное совещание
- Эффективная планерка
- Линейный обход
- Беседа по эффективности

Для эффективного применения практик регулярного менеджмента, абсолютно все руководители подразделений проходят обучение и получают менторскую поддержку (месяц) со стороны учителей.

Каждая практика требует составление четкого алгоритма проведения практики и чек лист. Эти меры необходимы для совершенствования работы менеджера. Официальный алгоритм проведения каждой из практик поможет менеджеру качественно их осуществлять с первого дня внедрения [5, с 347].

Каждый элемент практик регулярного менеджмента взаимосвязан, и дополняет остальные, направляет их в правильном течении. Частичное функционирование системы может нанести значительный урон, порой даже больший, чем старый формат управления организацией.

Список литературы

1. Лайкер Джеффри К. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / пер. с англ. Т. Гутман. — М.: Изд. группа "Точка", 2018. — 400 с.
2. Тайити Оно. Производственная система Тойоты / пер. с англ А.Тяглова. — М.: ИКСИ, 2016. — 208 с.
3. Майкл Армстронг. Практика управления человеческими ресурсами. — 14. — СПб.: Питер, 2018. — 1040 с.
4. Алгоритм внедрения регулярного менеджмента микроэтапами: минимальный бюджет + каждую неделю улучшения, результаты и окупаемость // Открытая студия. URL: <http://openstud.ru/blog/for-businessmen/regular-management-fast-results/> (дата обращения: 30.05.2019).
5. Фридман Александр. Вы или Вас. Профессиональная эксплуатация подчиненных. Регулярный менеджмент для руководителя. — М.: Хорошая книга, 2018. — 496 с.

УДК 331.108.45

РОЛЬ И ВЛИЯНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

РЫЛИН ВЛАДИСЛАВ АЛЕКСЕЕВИЧ

студент

ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет»

Аннотация: В статье рассказывается о влиянии человеческого капитала на конкурентоспособность организации, о перенаправлении активности организаций на накопление человеческого капитала, о факторах конкурентоспособности организации. Данную тему можно считать актуальной, так как основная мысль концепции человеческого капитала заключается в развитии знаний, умений и навыков человека так важных для современного типа экономики – экономики знаний.

Ключевые слова: человеческий капитал, конкурентоспособность, факторы, организация, развитие.

THE ROLE AND INFLUENCE OF HUMAN CAPITAL ON THE COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATION

Rylin Vladislav Alekseevich

Abstract: The article describes the impact of human capital on the competitiveness of the organization, the redirection of the activity of organizations to the accumulation of human capital, the factors of competitiveness of the organization. This topic can be considered relevant, since the main idea of the concept of human capital is the development of knowledge, skills and abilities of man so important for the modern type of economy – the knowledge economy.

Key words: human capital, competitiveness, factors, organization, development.

Организация является основным экономическим субъектом общества. На каждом этапе развития экономики она является одним из главных его звеньев. Такую важную роль в экономическом развитии той или иной страны организации имеют за счет того, что они занимаются решением следующих проблем: трудоустройство населения, решение социальных проблем, роста национального дохода, образование населения, а также развитие науки.

Конкуренция между любыми организациями независимо от их масштабов за место в рыночной конъюнктуре совершенствует рынок. Под конкурентоспособностью принято понимать набор преимуществ, созданных по таким сравнительным областям противоборства рыночных субъектов, как технология, квалификация персонала, качество продукции, рыночная позиция, обеспечивающих способность устойчивого развития организации [1, с. 87].

Опыт развитых стран также показывает, что высокая конкурентоспособность организаций зависит не столько от прогрессивной техники, природных ресурсов и т.п., сколько за счет результатов стремительного развития человеческого капитала. Отечественные организации вкладывают в развитие человеческого капитала значительно меньше финансовых ресурсов, чем развитые страны.

Непрерывные обновления технологий, высокая конкуренция, санкции со стороны Запада, быстрые перемены и неопределенность среды создают российским организациям различные трудности, и

заставляют иначе взглянуть на процесс управления. Теперь актуальной проблемой становится управление человеческими ресурсами.

На сегодняшний день конкурентоспособность организации не может быть обеспечена лишь традиционными методами ведения деловой активности. С приходом инновационной экономики возросла ценность знаний, являющихся в новых экономических условиях важным компонентом приобретения конкурентных преимуществ на рынке. В современных условиях необходимо перенаправление активности организации на накопление человеческого капитала, составляющего основу производственных процессов и способного превратить нематериальные активы в финансы и стать источником конкурентоспособности организации [2, с. 245].

В современной экономической теории существует множество классификаций факторов конкурентоспособности. Особую роль факторы получили в 1986 году, когда в свет начали появляться публикации о конкурентоспособности ведущих стран. Позднее они были сгруппированы и включали в себя: динамику экономики, человеческие ресурсы, эффективность промышленности, природные богатства, социально-политическая стабильность и т. д.

А.В. Петров выделяет три основных фактора, из которых складывается конкурентоспособность организации. К таким факторам относятся:

- ресурсы, а именно затраты ресурсов на единицу готовой продукции;
- фактор цены – динамика цен на используемые ресурсы и готовую продукцию;
- фактор среды – в данный фактор автор включает экономическую и политическую обстановку в стране.

Автор считает, что организация способна контролировать ресурсный фактор конкурентоспособности благодаря своей политике в области развития НИОКР, накопления основного капитала, организации маркетинга и подготовке высококвалифицированных кадров [3, с. 12].

М. Портер связывает факторы производства с конкурентоспособность организации и представляет их в виде нескольких групп.

К основным факторам М. Портер относит: рабочую силу, природные ресурсы, географическое положение и климатические условия.

К развитым факторам: современную инфраструктуру обмена информацией, высококвалифицированный персонал, а также отделы, занимающиеся сложными и высокотехнологичными дисциплинами [4, с. 182].

Известно, что для достижения конкурентоспособности организациям важно проводить маркетинговые исследования рынка, анализировать цены и качество подобных товаров или услуг у компаний-конкурентов; снижать издержки; увеличивать качество и объемы выпуска продукции, что становится возможным благодаря не только использованию современных технологических достижений в производственном процессе, но и разумной эксплуатации собственных ресурсов. В то же время на сегодняшний день основная роль в эффективном управлении ресурсами принадлежит именно человеческим, а не материально-вещественным и финансовым ресурсам.

Основные факторы дают нестойкое преимущество и имеют значение для добывающих отраслей, а также для сельского и лесного хозяйств. Развитые факторы оказывают более значимое влияние на конкурентоспособность организации. Но для их создания необходимы передовые технологии и высококвалифицированные кадры [5, с. 218].

Разумеется, человеческий капитал не будет способен обеспечить конкурентоспособность организации без эффективных инвестиций в его развитие, будь то финансовые, материальные вложения или временные затраты.

На данный момент появляется все больше организаций, которые вкладывают значительные средства в развитие человеческого капитала, оплачивают обучение своих сотрудников, в повышение их квалификации и т.д.

Оценить, насколько эффективно работодатель использует существующий в организации человеческий капитал, можно, используя динамику оценки человеческого капитала и его воздействия на такие финансовые и производственные показатели, как выручка, производительность труда, объем и каче-

ство производства продукта или услуги, издержки, а также основного показателя для той или иной организации – прибыль.

Утрата человеческого капитала недопустима, поскольку составляющие его работники, обладая передовыми технологиями, высокой производственной дисциплиной и инновационной восприимчивостью, способны и призваны при определенных условиях играть стратегическую роль в обеспечении нового качества и темпов социально-экономического развития России. Задачей государственного значения является сохранение и приумножение их человеческого капитала.

Человеческий капитал необходимо рассматривать с точки зрения фактора мотивации, изменение которого в современных условиях выражается в постепенной ориентации не только на материальные, но и на нематериальные стимулы; этот процесс оказывает существенное влияние на воспроизводственный оборот человеческого капитала [6, с. 139].

Развивая человеческий капитал своих сотрудников, работодатель делает огромный вклад в будущее организации, а оценивать её конкурентоспособность невозможно, не оценивая человеческий капитал. Но при этом не стоит забывать о необходимости регуляции остальных ресурсов, так как, несмотря на всю значимость человеческого капитала для организаций, повысить их конкурентоспособность можно лишь при условии грамотного комплексного распределения и использования всех своих активов [7, с. 304].

Список литературы

1. Хачатурян А. От управления персоналом к управлению человеческим капиталом компании // Проблемы теории и практики управления. - 2015. - № 4. - С. 86-95.
2. Малышев Д.А. Человеческий капитал как фактор конкурентоспособности предприятия // Информационно-экономические аспекты бизнес-процессов и финансового развития регионов. Материалы Международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 245-248.
3. Петров А.И. Психологические факторы конкурентоспособности коммерческой организации: автореферат дис. ... канд. псих. наук - М., 2013. - 25 с.
4. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов – М.: Альпина Паблицер, 2019. – 454 с.
5. Оюн О.В. Роль человеческого капитала в конкурентоспособности субъектов предпринимательства // Актуальные проблемы исследования этноэкологических и этнокультурных традиций народов Саяно-Алтая. Материалы V-й международной научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов. – 2018. – С. 218-219.
6. Матершева В.В., Шкатов С.И. Человеческий капитал как исходная предпосылка и стратегический фактор конкурентоспособности фирмы // Актуальные проблемы социально-политического и экономического развития России и мира. Материалы IV-й Всероссийской научной конференции студентов и молодых ученых. – 2018. – С. 138-139.
7. Чечин О.П., Пашаев И.С. Роль инноваций в управлении человеческим капиталом // В сборнике: Проблемы развития предприятий: теория и практика Материалы 15-й Международной научно-практической конференции, посвященной 85-летию Самарского государственного экономического университета: в 2-х частях. - М., 2016. - С. 304.

УДК 657.1

УЧЕТ РАСЧЕТОВ С ПОКУПАТЕЛЯМИ И ЗАКАЗЧИКАМИ

ЛОПАСТЕЙСКАЯ ЛЮДМИЛА ГЕННАДЬЕВНА

канд. экон. наук, доцент

ШАРГУНОВА АНГЕЛИНА МАКСИМОВНА

студент 3 курса

Ульяновский государственный технический университет

Аннотация: в данной статье рассматривается бухгалтерский учет с покупателями и заказчиками, его особенности, технология расчетов, а также пути совершенствования учета, которые помогут свести к минимуму возможные ошибки.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, расчеты, покупатели, заказчики, дебиторская задолженность.

ACCOUNTING FOR SETTLEMENTS WITH CUSTOMERS AND CUSTOMERS

**Lopasteyskaya Lyudmila Gennadyevna,
Shargunova Angelina Maksimovna**

Abstract: this article discusses accounting with customers and customers, its features, calculation technology, and ways to improve accounting, which will help minimize potential errors.

Keywords: accounting, calculations, customers, customers, receivables.

Покупка и продажа товаров, выполнение работ и оказание услуг занимают центральное место в деятельности современных фирм. В организациях постоянно ведутся расчеты с покупателями – за проданные ими товары и с заказчиками – за выполненные работы и оказанные услуги. В связи с чем в наше время компании должны уделять большое внимание расчетам за продукцию, товары и услуги с покупателями и заказчиками.

Самыми часто встречаемыми видами расчетов являются расчеты за продукцию, сырье, материалы, прочие материальные ценности, а также выполненные работы и оказанные услуги. От качества этих расчетов непосредственно обусловлена эффективность функционирования компании в общем.

Покупатели и заказчики – это организации или физические лица, покупающие товары, сырье, материалы и другие товарно-материальные ценности, а также потребляющие различные виды услуг (электроэнергии, газа, воды и др.) и различные работы (например, ремонт основных средств).

В процессе учета расчетов с покупателями и заказчиками фирма может определить насколько эффективно применение ее расчетно-кредитной политики с контрагентами организации. Это связано с тем, что учет расчетов с клиентами считается обязательным элементом управленческих задач организации, а экономическое состояние компании в целом и ее стабильность на рынке на прямую зависят от величины дебиторских и кредиторских обязательств.

Учет расчетов с покупателями и заказчиками ведется на счете 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками». В бухгалтерском учете при отгрузке продукции покупателям (оказании услуг, выполнении работ) возникает дебиторская задолженность по цене продажи.

По отношению к балансу счет 62 является активным, по экономическому содержанию данный счет является активно-пассивным счетом.

Аналитический учет по счету 62 ведут по каждому предъявленному счету, а при расчете плано-

вых показателей по каждому показателю или заказчику. Также допускается классификация по форме оплаты, сроку платежа, наличию вексельных обязательств, другому аспекту, имеющему значение для экономического субъекта.

Расчеты отражаются в зависимости от того какая задолженность присутствует у предприятия: дебиторская заносится в актив баланса, кредиторская подлежит записи в пассив.

Счет 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» обобщает информацию о расчетах с контрагентами, а также взаимосвязанными организациями – за проданные: готовую продукцию, животных, товары; выполненные работы и оказанные услуги; полученные авансы и предварительную оплату.

Записи по дебету счета 62 производятся в корреспонденции со счетами продаж – 90, 91 на суммы выручки и показывают факт перехода права собственности к контрагенту, формируя дебиторскую задолженность.

Отражена задолженность покупателя за отгруженные товары (продукцию): Дт 62 Кт 90.1 – на сумму отгруженной продукции.

При продаже имущества организации (нематериальных активов, основных средств, материалов) стоимость имущества списывается по ценам продажи и делается запись: Дт 62 Кт 91.1 – на сумму цены продажи.

Записи по кредиту счета 62 производятся в корреспонденции со счетами, предназначенными для отражения денежных средств, – 50, 51, 52, 55, 60 и образуют кредиторскую задолженность, отображая размер оплаты.

При погашении клиентом задолженности в бухгалтерском учете делается запись: Дт 50 (51, 52, 55) Кт 62 – на сумму задолженности.

При этом суммы полученных авансов, предварительной оплаты за отгруженную продукцию и курсовые разницы отражаются на отдельном субсчете.

По полученным авансам (предварительной оплате) делается проводка: Дт 51 (50, 52, 55) Кт 62.2 – на сумму, зачисленную на расчетный счет организации. Одновременно делается запись на сумму НДС по полученным авансам: Дт 62 Кт 68 – на сумму НДС с полученных авансов.

Положительные курсовые разницы учитываются на счетах: Дт 62 Кт 91.1 – на сумму курсовой разницы. Отрицательные разницы в свою очередь отражаются на счетах: Дт 62 Кт 91.2 – на сумму курсовой разницы.

Счет 62 может иметь следующие субсчета:

- По расчетам в общем порядке – 62.1.
- По расчетам с предприятиями в части авансов – 62.2.
- По расчетам в части векселей – 62.3.
- По расчетам в части валюты – 62.21-62.22, 62.31-62.32.
- По розничным расчетам – 62.Р.

В случае если организации не хватает этих субсчетов, она может использовать также и другие, которые зависят от специфики ее деятельности.

Учет данного вида расчетов, как правило, регистрируется такими документами, как накладные, акты, счета-фактуры, кассовые и товарные чеки.

Документальное оформление зависит от особенностей и порядка расчетов с покупателями, от того наличный или безналичный расчет с покупателями производится.

Совершенствование учета расчетов с покупателями и заказчиками на сегодняшний день представляет собой в большей степени повышение оперативности информационных данных, а также ускорение документооборота между контрагентами, которое можно достичь с помощью автоматизации и внедрение электронного документооборота.

Таким образом, правильность и своевременность проведения расчетов с покупателями и заказчиками является одним из важнейших условий всего процесса производства. А высокие результаты вычислительных операций по данному виду расчетов находятся в прямой зависимости от состояния бухгалтерского учета в компании. Для достижения эффективности организация обязана соблюдать конкретные принципы учета, существующую законодательную базу, а также нормативные документы.

Список литературы

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ
2. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 № 94н (ред. от 08.11.2010) «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению»
3. Керимов, В.Э. Бухгалтерский финансовый учет: Учебник / В.Э. Керимов. – М.: Дашков и К, 2016. – 688 с.

© Лопастейская Л.Г., Шаргунова А.М., 2019

УДК 338.48

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ЦЕНТРА НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ, РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ КАБАРДИНО- БАЛКАРИИ

СТАС НАРИН ТАМБИЕВНА

старший преподаватель

ТАТАРОВА АМИНА ВЛАДИМИРОВНА

магистр направления «Гостиничное дело»

КБГУ им.Х.М.Бербекова

Аннотация: В статье описываются результаты проведенного анализа рынка туристических услуг Кабардино-Балкарской республики. Так же описаны результаты SWOT-анализа создания образовательного-анимационного центра, обоснование необходимости создания такого центра, перспективы его развития.

Ключевые слова: эффективность, образовательно-анимационный центр, конкурентная среда, рынок услуг, модель пяти сил конкуренции.

ANALYSIS OF THE COMPETITIVE ENVIRONMENT OF THE CENTER OF NATIONAL CULTURE OF THE TOURIST SERVICES MARKET OF KABARDINO-BALKARIA

**Stas Narin Tambievna,
Tatarova Amina Vladimirovna**

Abstract: The article describes the results of the analysis of the tourist services market of the Kabardino-Balkarian Republic. The results of the SWOT-analysis of the creation of an educational and animation center, the rationale for creating such a center, and the prospects for its development are also described.

Key words: efficiency, educational and animation center, competitive environment, market of services, model of the five forces of competition.

Эффективность означает степень приближения к максимальному или оптимальному наиболее желательному результату при минимуме негативных последствий или издержек. Эффективность нередко рассматривается в качестве основной характеристики функционирования системы, позволяющей выявлять степень реализации цели и достижения намеченных результатов. [1]

Повысить эффективность – значит добиться наибольших результатов при минимальных затратах материальных, финансовых и трудовых ресурсов. Однако при этом необходимо учитывать, что качественное состояние эффективности постоянно наполняется новым содержанием под воздействием ускоряющегося научно-технического прогресса. [2]

Образовательно-анимационный центр национальной культуры, как область создания и обращения символической продукции, вызывает чрезвычайный интерес, который, с точки зрения определения эффективности ее деятельности, имеет ряд особенностей. Эффективность центра напрямую связана с

достижением наилучших цели в сфере образования и является ключевой категорией, современной рыночной экономики.

Результат производственно-хозяйственной деятельности центра национальной культуры, определяется путем соотношения полученных результатов и затрат, расходованных на реализацию будущих результатов. Под результатами в экономике понимается итог использования или применения ресурсов. Экономическая эффективность - это результативность экономической системы, выраженная в отношении полезных конечных результатов ее функционирования к затраченным ресурсам. [3]

Важным критерием эффективности создания центра является уровень удовлетворения конечных потребностей общества и прежде всего, потребностей, которые связаны с развитием личности.

Социально-экономической эффективностью от создания центра национальной культуры выступает экономическая система, которая в наибольшей степени обеспечивает удовлетворение многообразных потребностей учащихся: материальных, социальных, духовных, творческих гарантирует высокий уровень и качество национального самосознания. Основой такой эффективности служит оптимальное распределение имеющихся у общества ресурсов между отраслями, секторами и сферами национальной экономики.

Эффективность экономической системы напрямую зависит от эффективности процесса реализации поставленных целей учреждением, социальной сферы системы дополнительного образования. Эффективность в данной сфере определяется отношением полученных результатов к затратам и измеряется совокупностью количественных показателей.

В процессе обучения очень важно обеспечить максимальную эффективность данному процессу. Таким образом, необходимо поработать над качеством процесса образования.

В первую очередь эффективность центра национальной культуры зависит от самой образовательной системы и от того, как она именно составлена.

Чтобы повысить эффективность обучения в центре нужно:

- определить и поддерживать интерес к обучению;
- установить чем поможет обучение в будущем;
- стремиться к успеху, они подпитывают новой волной оптимизма;
- воплощать теорию на практику. Чаще всего именно практика помогает понять, для чего нужна теория, да и навыки потом пригодятся.

Чтобы провести анализ конкурентной среды центра национальной культуры воспользуемся распространённым методом SWOT – анализа, методом Портера.

Это модель пяти сил конкуренции являющаяся мощным инструментом при систематической диагностике основных конкурентных сил, влияющих на рынок, и определении степени воздействия каждой из них. Эта модель не только наиболее широко используется, но и достаточно проста в применении. В соответствии с методом, предложенным Майклом Портером, образовательный центр изучает свое конкурентное положение, т. е. конкурентные силы. [4]

Основным положением анализа конкурентной среды по методике Портера является способность центра национальной культуры реализовать свое конкурентное преимущество на рынке, которое зависит не только от прямой конкуренции, но и от других конкурентных сил. Целью проведения конкурентного анализа по Портеру является идентификация благоприятных возможностей и угроз, с которыми может столкнуться центр.

Определим пять сил конкуренции прибыльности, оказывая влияние на цены, которые может диктовать центр национальной культуры:

- на расходы центра;
- на размер инвестиций, необходимых для того, чтобы конкурировать в этой отрасли.

Метод SWOT-анализа основывается на выявление сильных и слабых сторон центра, а также возможностей и угроз и установление взаимосвязей между ними.

Сильные стороны:

- высокая квалификация персонала и компетентность; - лидерство на рынке; - хорошая репутация у основных потребителей услуг; - защищенность от сильного конкурентного давления; - уникальный набор услуг или технология; - удобное географическое положение.

Слабые стороны:

– отсутствие ясных стратегических направлений; - ухудшающаяся конкурентная позиция; - недостаток управленческих знаний и отсутствие ключевой квалификации по тем или иным вопросам; - плохое отслеживание процесса выполнения стратегии; - слабое представление о рынке и о конкурентах; - неспособность финансировать необходимые изменения в стратегии.

Возможности:

– выход на новые рынки или сегменты рынка; - расширение диапазона услуг, в т. ч. создание комплексных услуг в расчете на разные аудитории; - добавление сопутствующих сервисов; - привлечение партнеров и покрытие части издержек.

Угрозы:

– возможность появления новых конкурентов; - изменение предпочтений основных потребителей услуг в проведении досуга; - замедление роста рынка из-за ограниченности целевой аудитории; - возрастание требований со стороны потребителей; - изменение потребностей и вкуса потребителей; - неблагоприятные демографические, экономические, социальные и др. изменения.

SWOT - анализ отвечает на следующие вопросы:

– использует ли организация свои внутренние сильные стороны или отличительные преимущества в стратегии; - если у него нет отличительных преимуществ, то какие из его потенциально сильных сторон могут ими стать; - являются ли слабости предприятия его уязвимыми местами; - какие благоприятные возможности могут дать предприятию реальные шансы на успех при их использовании; - какие угрозы должны наиболее беспокоить организацию. [5]

Уровни стратегии: первый уровень - аналитический; второй уровень - определение стратегической цели. На этом уровне разрабатывается направление развития образовательного центра, выражается смысл существования образовательного центра национальной культуры КБР; третий - выбор стратегии. На этом этапе определяют, пути достижения стратегической цели и реализацию своей миссии; четвертый уровень - выполнение. Необходимо должным образом вовлечь имеющийся у образовательного центра потенциал для реализации стратегии. Следующие уровни - это оценка и контроль выполнения стратегии. Являются логически последним процессом, осуществляемым в стратегии образовательного центра.

Таким образом, чтобы центр национальной культуры стал конкурентоспособным, директору необходимо приложить немало сил. Конкурентоспособность - это совокупность возможностей центра. Только в том случае, если директор лидер, способный организовать процесс совершенствования центра, привлечь работников к нему, вести их за собой для совместной реализации управленческих решений для достижения поставленных целей в центре национальной культуры обеспечен успех.

Список литературы

1. Социально-экономическая эффективность образования [электронный ресурс], 2019. – режим доступа <https://ulfek.ru/obshchie-osnovy-ekonomiki-obrazovaniya/2032-sotsialno-ekonomicheskaya-effektivnost-obrazovaniya.html> – Загл. с экрана.
2. Понятие эффективности туризм [электронный ресурс], 2019. – режим доступа <https://studopedia.ru/> - Загл. с экрана.
3. Экономическая эффективность [электронный ресурс], 2018. – режим доступа https://studwood.ru/739344/ekonomika/ekonomicheskaya_effektivnost - Загл. с экрана.
4. Модель М.Портера анализ пяти сил конкуренции в отрасли [электронный ресурс], 2018. – режим доступа <http://topknowledge.ru/strategicheskij-menedzhment/3990-model-m-portera-analiza-pyati-sil-konkurentsii-v-otrasli.html> - Загл. с экрана.
5. Определение сильных и слабых сторон предприятия [электронный ресурс], 2017. – режим доступа <https://studfiles.net/preview/5248936/page:2/> - Загл. с экрана.

УДК 330.322

УПРАВЛЕНИЕ НАЛОГОВЫМИ РИСКАМИ В ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

МАТВЕЕВА ВИКТОРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА

к.э.н., доцент кафедры «Экономика и менеджмент»

ГОНЧАРОВА АЛЛА ГЕННАДИЕВНА

студент

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ

Аннотация: В настоящее время темпы роста российской экономики остаются низкими, существуют значительные структурные ограничения для динамичного и сбалансированного развития, низкий уровень доходов значительной части населения. В связи с этим стимулирование инвестиционной деятельности рассматривается как одно из направлений налоговой и бюджетной политики государства. При этом подчеркивается необходимость сохранения стабильных предсказуемых налоговых условий предпринимательской деятельности, не повышения налоговой нагрузки для добросовестных налогоплательщиков с целью расширения потенциала отечественной экономики.

Ключевые слова: инвестиционная деятельность, управление рисками, налоговые риски, стимулирование инвестиций.

TAX RISK MANAGEMENT IN INVESTING ACTIVITIES

Matveeva Victoria Alexandrovna,**Goncharova Alla Gennadievna**

Abstract: Currently, the growth rate of the Russian economy remains low, there are significant structural limitations for dynamic and balanced development, low income of a large part of the population. In this regard, the stimulation of investment activity is considered as one of the directions of tax and budget policy of the state. At the same time, the need to maintain stable predictable tax conditions for business activities, not to increase the tax burden for bona fide taxpayers in order to expand the potential of the domestic economy is emphasized.

Keywords: investment activity, risk management, tax risks, investment promotion.

В Российской Федерации применяются специальные налоговые механизмы стимулирования участников региональных инвестиционных проектов, специальных инвестиционных контрактов, а также гринфилдов и организаций, осуществляющих вложения в основной капитал.

Эффективная система налоговых льгот для инвесторов включает:

- возможность применения ускоренной амортизации;
- единовременное списание до 30% расходов на капитальные вложения по объектам основных средств, относящимся к третьей – седьмой амортизационным группам в уменьшение налоговой базы по налогу на прибыль организаций;
- признание в расходах при исчислении налога на прибыль организаций 150% затрат на научные исследования или опытно-конструкторские разработки;
- освобождение от налога на добавленную стоимость импорта технологического оборудования (в том числе комплектующих и запасных частей к нему), аналоги которого не производятся в Российской Федерации, по перечню, утверждаемому Правительством Российской Федерации;

- освобождение от налога на добавленную стоимость научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ, относящихся к созданию новой продукции и технологий или к усовершенствованию производимой продукции и технологий;
- различные инвестиционные льготы по региональным и местным налогам, вводимые в субъектах РФ и муниципальных образованиях.

Выбор инструментов налоговой политики должен основываться на идентификации и оценке налоговых рисков организаций. Под налоговыми рисками понимают вероятность возникновения неблагоприятных ситуаций, при этом субъект, делающий оценку, реагирует на риск в соответствии со своей системой ценностей.

Налоговые риски в предпринимательской деятельности принято подразделять на следующие группы:

- риски налогового контроля;
- повышения налоговой нагрузки;
- уголовного преследования.

Для инвесторов особое значение имеют риск повышения налоговой нагрузки, усугубляющий возможное негативное воздействие других рисков: снижения прибыли и получения убытка, потери капитала, финансового, инфляционного, банкротства, политического. Влияние размера налоговых обязательств на величину риска снижения текущей доходности от реализации инвестиционного проекта (снижения доходов за вычетом текущих расходов) может уменьшаться за счет сокращения налоговой базы по налогу на прибыль организаций на сумму всех произведенных текущих расходов и перенесения убытка в полном объеме на будущие налоговые периоды. Для снижения риска потери капитала, который заключается в возможности преждевременного физического и морального износа объектов основных средств предусматривается ускоренная амортизация и амортизационная премия, пониженные ставки по налогу на имущество организаций.

Финансовый риск связан с необходимостью обслуживания долга по кредитам и займам. Для его снижения налоговая база по налогу на прибыль сокращается на сумму процентных платежей.

Инфляционный риск обусловлен возможностью обесценения реальной стоимости инвестиций и ожидаемых доходов в период реализации проекта. Возрастают издержки предприятия по замещению выбывающих активов, при этом происходит инфляционное увеличение налоговой базы и соответственно сумм налога на прибыль организаций и НДС.

Политический риск связан с возможностью изменения условий налогообложения бизнеса, особенно в условиях кризиса, дестабилизируя условия предпринимательской деятельности. Усиление риска банкротства связано с тем, что налоговые обязательства выступают фактором, серьезно ухудшающим финансовое состояние предприятия в период появления признаков наступления кризисной ситуации, сопровождающихся сокращением выручки и соответственно возможностей переложения налогов, особенно косвенных, на покупателей и контрагентов.

Таким образом, налоговые инструменты позволяют уменьшить капитальные расходы организаций. Однако полное устранение негативного влияния налогов на принятие инвестиционных решений возможно только при условии полного освобождения от налогообложения в рамках реализации инвестиционного проекта.

Стимулирование инвестиций предлагается два направления государственной поддержки: общее снижение налоговой нагрузки и налоговые инструменты, предназначенные для компенсации затрат организациям, реализующим инвестиции и инновации. Это такие инструменты, как: инвестиционный налоговый кредит, амортизационные премии, налоговые льготы и освобождения. Считается, что в результате уменьшения налоговых начислений освободившиеся финансовые средства будут вложены хозяйствующими субъектами в расширение производства. Однако сопоставление динамики прибыли и инвестиций в основной капитал позволяет сделать вывод, что темпы роста вложений из прибыли отстают от темпов роста прибыли и инвестиций. Можно предположить, что динамика инвестиций и выпуска в большей степени зависят от спроса.

Таким образом, снижение налоговой нагрузки путем простого уменьшения налоговых ставок или налоговых баз не обязательно приведет к активизации инвестиционной деятельности. Кроме того, эко-

номисты отмечают, что снижение налоговых ставок приводит к падению эффекта от применения налоговых льгот, а также к снижению доходов бюджетной системы.

Список литературы

1. Бакеева Й.Р. Управление рисками при реализации инвестиционных проектов / Й.Р. Бакеева, А.А. Козлова // Вестник академии знаний. – 2018. – №3(26). – С.39-43.
2. Бескоровайная Н.С. Управление налоговыми рисками в инвестиционной деятельности / Н.С. Бескоровайнова // Университетская наука – региону. 2018 С. 240-242.
3. Липатова И.В. Налоговый механизм повышения инвестиционной активности / И.В. Липатова // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – 2018. – №1. – С.62-71.
4. Матвеева В.А Проблемы управления инновационными процессами в современной экономике: от теории к практике / В.А. Матвеева // Актуальные вопросы права, экономики и управления сборник статей V международной научно-практической конференции. – 2016. – С.251-255.
5. Черкесова Э.Ю., Методические аспекты разработки целевых комплексных программ развития муниципальных образований/ Э.Ю. Черкесова, К.С. Ковалева, И.Ю. Лисицина. // Проблемы внедрения результатов инновационных разработок. сборник статей Международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 258-261.

УДК 330

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

БРАЙЛОВСКАЯ ТАТЬЯНА ЮРЬЕВНА

к. э. н., доцент кафедры финансов, денежного обращения и кредита

ЧУПРИН АЛЕКСАНДР ОЛЕГОВИЧ

магистрант

БУ ВО «Сургутский государственный университет»

Аннотация: Актуальность выбранной темы исследования обусловлена тем, что специфика развития рынка коммерческой недвижимости является основным фактором, влияющим на все сферы жизнедеятельности коммерческих фирм и организаций, в том числе на конкурентоспособность, прибыль и рентабельность.

Ключевые слова: экономика, конкуренция, коммерция, недвижимость, закон, конституция.

THE ECONOMIC ESSENCE OF COMPETITION IN THE COMMERCIAL REAL ESTATE MARKET

**Brailovskaya Tatiana Yurievna,
Chuprin Alexander Olegovich**

Abstract: the Relevance of the chosen research topic is due to the fact that the specifics of the development of commercial activity is the main factor affecting all spheres of life of commercial firms and organizations, including competitiveness, profit and profitability.

Key words: economy, competition, Commerce, real estate, law, Constitution.

Основой рыночной экономики является частная собственность – это право владения, использования и распоряжение имуществом. Данное право даёт возможность гражданам или индивидуальным предпринимателям по своему желанию покупать, использовать и реализовывать материальные ресурсы, а также заключать договора, которые имеют юридическую силу и несут обязательства, как для владельца собственности так и для вторых и третьих лиц. Сегодня, передача собственности в аренду можно наблюдать во всех сферах: автотранспорт, недвижимость как коммерческая так и жилая, электронная и бытовая техника, а также одежда и аксессуары. Главной причиной заключения договоров аренды является получение денежных средств потраченных на тот или иной предмет или ресурс аренды, то есть его окупаемость и получение прибыли для себя.

Стоит отметить что на сегодняшний день также существует государственная собственность, а так же смешанные формы собственности. Однако законами должны быть предусмотрены юридические ограничения на право частной собственности, которые связаны общественными интересами.

Частная собственность предполагает связь между свободой предпринимательства и свободой выбора. Свобода предпринимательства организует процесс производства уже имеющихся ресурсов и даёт возможность реализовывать готовую продукцию или услуги на имеющемся рынке исходя из своих собственных желаний. Право выбора сегмента рынка или вида деятельности полностью принадлежит собственнику.

Гражданский кодекс:

Согласно ст. 288 ГК РФ собственник владеет, пользуется и распоряжается принадлежащим ему жилым помещением в соответствии с его назначением, т.е. для проживания собственника и членов его

семьи. ГК РФ одновременно устанавливает также, что жилые помещения могут сдаваться для проживания других граждан на основании договора.

ГК РФ включает гл. 35 «Наем жилого помещения», посвященную общему регулированию найма жилого помещения, осуществляемого, как правило, на коммерческих началах.

В общей части урегулировано понятие недвижимости, закреплено требование о государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним, а также дано понятие предприятия, которое по правовому статусу рассматривается в качестве объекта недвижимости (ст. ст. 130 - 132 ГК РФ). Объектом недвижимости является недвижимое имущество, такое как: квартира, дом, офис или гараж.

Особенная часть Гражданского кодекса регламентирует правила совершения сделок с отдельными видами недвижимости. Законодательством установлены особенности продажи недвижимости (ст. ст. 549 - 558 ГК РФ); продажи предприятия (ст. ст. 559 - 566 ГК РФ); аренды зданий и сооружений (ст. ст. 650 - 655 ГК РФ); аренды предприятий (ст. ст. 656 - 664 ГК РФ); наем жилого помещения (ст. ст. 671 - 688 ГК РФ). Кроме того, к подобным нормам, можно отнести ст. ст. 740 - 757 ГК РФ, которыми урегулирован договор строительного подряда.

Для предприятия ООО «Партнер плюс», важнейшим фактором повышения эффективности коммерческой деятельности и достижения конкурентных преимуществ является широкое внедрение основ маркетинга.

На сегодняшний день маркетинг – это стратегия бизнеса, которая направлена на автоматизацию и максимизацию коммерческой деятельности, для достижения целей поставленных перед членами организации и покупательских нужд.

Данная стратегия, относится к концепции социально-этического маркетинга, включающая в себя три главные составляющие: покупательские потребности, максимальная прибыль фирмы, желания общества.

Разработка и применение тех или иных стратегий для повышения эффективности предпринимательской деятельности основывается на конкретных условиях (внутренних и внешних), где осуществляет свою деятельность данная организация.

На сколько эффективна коммерческая деятельность предприятия показывает соотношение затрат и полученной прибыли.

Для улучшения результата предпринимательской деятельности организация должна осуществлять комплексный анализ, который включает в себя: финансовый анализ, маркетинговый анализ и анализ рыночных

Для обеспечения эффективности коммерческой деятельности коммерческого предприятия систематически осуществлять ее комплексный анализ, включающий финансово-экономический анализ показателей работы предприятия и маркетинговый анализ рыночной экономики в которой существует организация.

К основным направлениям повышения эффективности коммерческой деятельности в сфере недвижимости относятся:

- совершенствование финансовой обеспеченности коммерческого предприятия;
- привлечение арендаторов коммерческой недвижимости;

В ходе проведенного экономического анализа коммерческой деятельности ООО «Партнер плюс» за 2017 и 2018 года было выявлено:

1. Простой коммерческой площади и как следствие снижения арендной ставки вызваны отсутствием потенциальных арендаторов коммерческой недвижимости в условиях перенасыщенности рынка услуг данного сегмента.

2. Неосведомленность потенциальных арендаторов коммерческой недвижимости ввиду отсутствия должной рекламы.

Простой коммерческих площадей - это отсутствие дохода от неиспользованной коммерческой недвижимости.

Для решения данной проблемы предприятию ООО «Партнер плюс» необходимо заключать в приоритете договора с якорными арендаторами.

Якорные арендаторы - это юридическое или физическое лицо, которое арендует офисные помещения площадью не менее 5-15% от общей площади офисного комплекса для заключения договоров более, чем на 1 год. Такие арендаторы помогают решить вопрос с большими площадями, так как якорному арендатору свойственно расширение персонала и места требующегося для работы.

С точки зрения рекламной коммуникации принято выделять две главные цели, характерные для абсолютного большинства рекламных обращений:

1. Осведомлённость о рекламе
2. Создание положительного мнения к объекту рекламы

При применении комплексного маркетинга, основополагающей целью рекламы выступает достижение главных целей по спросу и сбыту.

Информирование - создание у целевой аудитории знаний о рекламируемом объекте.

Убеждение - создание у целевой аудитории предпочтения рекламируемого объекта среди других аналогов.

Напоминание – это стимулирование у целевой аудитории интереса к рекламируемому объекту

Наружная реклама – Самый часто встречающийся вид рекламы, который используется в местах, где зачастую люди просто гуляют или отдыхают от повседневной суеты не только в странах СНГ но и во всем мире. Её часто называют Аутдур – находящаяся на открытом воздухе. Данный термин предполагает размещение на улице, стенах домов, крышах, билбордах и т.д.

Особенности наружной рекламы

Внешняя реклама – графическое, текстовое либо иное другое описание товара или услуги. К наружной рекламе относят также рекламные сообщения, которые размещены не только снаружи, но внутри магазинов и торговых залов. Звуковая реклама также относится к наружной. Это единственный вид, который нельзя проигнорировать.

Нюансы:

Как правило, размер рекламного стенда большой, что привлекает гораздо больше взглядов.

Иногда содержит фотореалистичные изображения или сцены из повседневной жизни, на которые каждый прохожий обратит внимание.

Содержит либо прямые ссылки на ресурс рекламодателя, либо QR-код по которым можно получить полную информацию или краткое описание.

Интересные и оригинальные плакаты часто фотографируют, чтобы показать родным, близким и друзьям, что действует как дополнительная реклама или другими словами: сарафанное радио.

Плюсы и минусы наружной рекламы

Если бы минусов не было, то остальные методы продвижения товаров и услуг были бы забыты ввиду не востребованности.

Плюсы:

За частую даже если человеку не нужна та или иная осведомленность, то на яркую и красочную картинку большая часть людей обратит внимание, но если данная реклама сможет заинтересовать человека, то донесенная до него информация может стать для него актуальной. За частую такие рекламы размещаются в больших торговых центрах или иных местах массового скопления людей.

Мобильность. Некоторые графические баннеры позволяют перемещать рекламу с того места где она оказалась просто не видимой для окружающих.

Наружная реклама хорошо может дополнить видео-рекламу по телевизионным передачам, такая комбинация признана наиболее рабочей, ведь мозг человека всегда замечает изображения и образы, которые он видел ранее, и все это происходит на подсознательном уровне

Минусы:

Макет содержит информацию в сжатом виде, чтобы она читалась быстро и доносила максимум информации о продукте.

Погода и прочие факторы (вандализм, порча) оказывают влияние на смысл объявления и его качество.

Цена объявления довольно высокая и чем дольше оно висит, тем больше плата.

Длительные очереди в ожидании свободного «окна» на лучшие площадки.

Для оптимизации управления необходимо иметь четкое представление о тенденциях и характере изменений в экономике хозяйствующего субъекта. Получение данной информации возможно только на основе экономического анализа.

В качестве источника информационного обеспечения экономического анализа может использоваться бухгалтерская отчетность, рассматриваемая как единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и результатах ее хозяйственной деятельности.

В ходе исследования было определено:

1) Экономический анализ является необходимым элементом выполнения каждой функции управления экономикой.

2) Основными функциями экономической деятельности (функции экономического управления) являются:

– информационное обеспечение управления (сбор, обработка, систематизация и группировка информации об экономических процессах и явлениях);

– анализ (анализ хода экономической деятельности и ее результатов, оценка возможностей экономической деятельности);

– планирование (оперативное, текущее, перспективное);

– организация управления (организации эффективной деятельности всех элементов экономической системы хозяйствующего субъекта в целях рационального использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов).

Для обеспечения эффективности коммерческой деятельности коммерческого предприятия систематически осуществлять ее комплексный анализ, включающий финансово-экономический анализ показателей работы предприятия и маркетинговый анализ рыночной среды и коммерческого предприятия в ней.

К основным направлениям повышения эффективности коммерческой деятельности предприятия относятся:

- совершенствование финансовой обеспеченности коммерческого предприятия;
- привлечение арендаторов коммерческой недвижимости;

Список литературы

1. Антилл Н. Оценка компаний: анализ и прогнозирование с использованием отчетности по МСФО. Пер. с англ. - М.: 2017. - 440 с.

2. Балашов В.Г., Ириков В.А., Иванова С.И., Марголит Г.Р. IPO и стоимость российских компаний: мода и реалии. М, 2018. - 336 с.

3. Булгаков С.Н., Наназашвили И.Х., Мирошниченко А.С., Дарков А.К., Гольцов И.Н., Дукич Д.Й., Рыбалко И «Система экспертиз» и оценка объектов недвижимости». М., 2017. - 352 с.

4. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Дж. Стоимость компаний: оценка и управление. -3-е изд., перераб. и доп. / Пер. с англ. - М. 2014. - 576 с. ил.

5. Кузьминов Н.Н. Оценка и страхование коммерческой и промышленной недвижимости в Российской Федерации. - М., 2013. - 144 с.

6. Марченко А.В. Экономика и управление недвижимостью: Учебное пособие. Ростов н/Д.: 2014. -352 с.

УДК 338.48

ФОЛЬКЛОРНЫЙ ТУРИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО РЫНКА В КАБАРДИНО-БАЛКАРСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

СТАС НАРИН ТАМБИЕВНА

старший преподаватель

ТАТАРОВА АМИНА ВЛАДИМИРОВНА

магистр направления «Гостиничное дело»

КБГУ им.Х.М.Бербекова

Аннотация: В данной статье проведен анализ развития рынка туризма в Кабардино-Балкарской республике и показаны особенности занятости населения, в том числе в сфере гостиничного хозяйства. Определены основные проблемы особых экономических зон. Охарактеризован фольклорный туризм как инструмент развития туризма в регионе.

Ключевые слова: региональная экономика, туризм, рекреационная сеть, рекреационный район, фольклорный туризм.

FOLK TOURISM AS A TOOL FOR DEVELOPMENT TOURIST MARKET IN THE KABARDINO-BALKARIAN REPUBLIC

**Stas Narin Tambievna,
Tatarova Amina Vladimirovna**

Abstract: This article analyzes the development of the tourism market in the Kabardino-Balkarian Republic and shows the characteristics of employment, including in the hotel industry. The main problems of special economic zones are identified. Characterized by folk-lore tourism as a tool for the development of tourism in the region.

Key words: regional economy, tourism, recreational network, recreational area, folklore tourism.

Одним из важнейших элементов социально-экономического развития Кабардино-Балкарии является туристско-рекреационная отрасль. Республика обладает уникальным сочетанием природных условий, благоприятных для ее превращения в один из мощных рекреационно-оздоровительных центров Российской Федерации, что, в первую очередь, связано с составом и качеством климато-бальнеологических и рекреационных ресурсов, сконцентрированных на относительно небольшой территории.

В регионе имеется целый комплекс проблем, требующих решения в целях создания высокоэффективного лечебно-оздоровительного комплекса:

- высокая степень износа основных фондов санаторно-курортных учреждений, несоответствие современным тенденциям в сфере оказания услуг;
- высокий процент льготных категорий граждан (детей, пенсионеров, инвалидов и т.д.) в общем числе отдыхающих (более 80 процентов). Отсюда низкая доходность учреждений;
- четко выраженная сезонность работы. Загрузка в летний период до 80 процентов, в зимний - 30 процентов;

- отсутствие значимых инвестиций в отрасль.

Приоритетными задачами развития санаторно-курортного комплекса являются:

- развитие и совершенствование материально-технической базы санаторно-курортных учреждений;

- реконструкция имеющихся и ввод в эксплуатацию новых основных фондов;

- повышение качества предоставляемых лечебно-оздоровительных услуг;

- формирование стабильной и адекватной экономической конъюнктуры ценовой политики;

- повышение конкурентоспособности учреждений курорта;

- имиджевое продвижение Кабардино-Балкарии как республики, благоприятной для туризма, отдыха и лечения;

- обеспечение условий личной безопасности туристов и отдыхающих;

- повышение доходности санаториев и соответственно роли курорта в формировании доходной части республиканского бюджета. [1]

Состояние туристской индустрии отрасли республики характеризуется низкой степенью загрузки объектов размещения, значительным износом материально-технической базы и низкой экономической эффективностью. То есть, техническая мощность (число мест), которой располагает туристский комплекс КБР, задействована только в малой части. Обеспечиваемое отраслью опосредованное использование туристских ресурсов не соответствует уровню их ценности и полезности. Тенденция развития отрасли - повышение и максимальное использование субъектов туристской индустрии, путем реконструкции материально-технической базы, формирования более качественных и конкурентоспособных туристских продуктов, организации их эффективного продвижения на рынке.

Туристской отраслью фактически остаются невостребованными культурно-исторические, архитектурные, этнографические ресурсы. Данные ресурсы имеют не столь малый потенциал, чтобы ими пренебречь, и могут выступить серьезным дополнением к природным туристским ресурсам, повысив конкурентоспособность туристского предложения. Тенденция развития туристской отрасли

На современном этапе развития рынка туристических услуг все большую популярность приобретает фольклорный туризм. Фольклор – это народная поэзия, народное поэтическое творчество, устное народное творчество. Термин возник в процессе формирования человеческой речи и в древнейшую эпоху охватывал все формы духовной культуры. Каждая культура обладает достоинством и ценностью, которые следует уважать и сохранять. Развитие собственной культуры является правилом и долгом каждого народа. В настоящее время для большинства туристов посещение музеев, изучение традиции и обычай связанных с сельской архитектурой и бытом, является "экзотикой". Мода на фольклор является гарантированным способом привлечения туристов и методом продвижения дестинации на федеральном и мировом туристском рынке.

Кабардино-Балкарская Республика богата многовековой историей и самобытной культурой. В городах и сельской местности насчитывается около 300 памятников истории и культуры, большой популярностью пользуется ГКУ «Республиканский центр промыслов и ремесел». На базе учреждения создано 11 творческих мастерских, так же зафиксировано около 300 республиканских мастеров прикладного искусства, некоторые из которых имеют почетное звание «Народный мастер РФ».

С целью привлечения иностранных туристов, необходимо сосредоточить внимание на формировании единого информационного пространства в данной сфере туризма, чтобы полностью обеспечивать всех заинтересованных лиц и организации актуальной информацией о мероприятиях, проводимых в масштабах определенного региона, о работе объектов туристического интереса, транспорта и т. д.

Остро стоит вопрос о создании и продвижении образа регионов туристического интереса как территорий, благоприятных для развития туризма. Активизации рекламной деятельности в области туризма будет способствовать проведение региональных конкурсов на изготовление оригинальной сувенирной продукции. Для повышения эффективности деятельности по продвижению туристского продукта, объектам туристского показа может присваиваться единая туристская символика (она также может быть выбрана на основе конкурса).

Способствовать развитию фольклорного туризма в КБР может территориальный маркетинг, который включает:

- анализ территории (определение в какой степени регион интересен как туристический объект);
- выявление ее потенциала (этнографических центров с сохранившейся исторической средой и традиционным укладом жизни);
- построение программ развития туризма в регионе (привлечение средств на развитие ремесел, проведение ярмарок-выставок, создание привлекательного имиджа).

Таким образом, для активизации туристического рынка и создания привлекательного имиджа в КБР необходимо проводить политику «возвращения древнейших героико-эпических произведений», способствующий стремлением к победе добра над злом, осуждением подлости и лжи, трусости и измены. И в полной мере использовать отражение богатого горского фольклора.

Список литературы

1. Комплекс мер системы дополнительного образования детей и взрослых в КБР [электронный ресурс], 2018. режим доступа <http://docs.cntd.ru/document/550233625> - Загл. с экрана.
2. Курило Л.В. Теория и практика анимации: Ч.1. Теоретические основы туристской анимации: Учебное пособие, М. Советский спорт, 2006. – 195 с.
3. Анимация в туризме [электронный ресурс], 2015. – режим доступа <http://poisk.ru/s2749t3.html>. - Загл. с экрана

УДК 338.48

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ БЕЗБАРЬЕРНОГО ТУРИЗМА В КАБАРДИНО- БАЛКАРСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

СТАС НАРИН ТАМБИЕВНА

старший преподаватель

МАКУАШЕВА ЗАИРА ОЛЕГОВНАмагистр направления «Гостиничное дело»
КБГУ им.Х.М.Бербекова

Аннотация: В статье раскрываются основные проблемы и перспективы без барьерного туризма в стране. Описываются тенденции развития адаптивного туризма в регионах Российской Федерации. Проводится анализ современной нормативно-правовой базы, а так же состояния инфраструктуры региона с целью реализации безбарьерного туризма.

Ключевые слова: малогабаритные группы населения, адаптивный туризм, безбарьерный туризм, региональный туризм.

ANALYSIS OF THE CURRENT STATE OF THE INFRASTRUCTURE FOR THE IMPLEMENTATION OF BARRIER-FREE TOURISM IN THE KABARDINO-BALKARIAN REPUBLIC

**Stas Narin Tambievna,
Makuasheva Zaira Olegovna**

Abstract: The article reveals the main problems and prospects without barrier tourism in the country. The tendencies of development of adaptive tourism in the regions of the Russian Federation are described. The analysis of the current regulatory framework, as well as the state of the infrastructure of the region in order to implement barrier-free tourism, is carried out.

Keywords: small-sized population groups, adaptive tourism, barrier-free tourism, regional tourism.

В современном мире туризм стал важнейшим элементом жизни большинства людей по всему миру. Каждый человек нуждается в отдыхе для восстановления физических, а также и духовных сил. Отдых необходим всем и выступает неотъемлемой частью жизнедеятельности. Право человека на отпуск зафиксированное в международных документах по туризму, а также и в российском законодательстве. Однако, не каждый гражданин нашего государства может пользоваться данными правами в равной степени.

Для российских инвалидов Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в РФ», который был принят 20.06.1995г, был настоящим прорывом, прогрессивным шагом, дающим им право на реальные государственные гарантии. [1] Однако во многих странах мира законодательство, защищающее права инвалидов, существует не одно десятилетие. В некоторых странах в высшем законодательстве (в том числе в конституциях) нашла отражение так называемая позитивная дискриминация инва-

лидов. Она состоит в том, что эта социальная категория получает некоторые льготы по сравнению с остальным обществом по причине особых обстоятельств, в которых она находится. Такая концепция позволяет законодательно усилить позиции социальной защиты инвалидов.

Одними из актуальных направлений государственной политики в сфере социального обслуживания Кабардино-Балкарской Республики является комплексная реабилитация и социальная адаптация инвалидов и других маломобильных групп населения, составной частью является создание для инвалидов, пользующихся социальными услугами, равных с другими лицами условий их доступности к транспорту, информации, физическому окружению, связи, включая информационно-коммуникационные технологии и системы, а также к другим объектам и услугам, открытым или предоставляемым для населения. К основным критериям доступности среды для граждан с инвалидностью являются, с одной стороны, снижение уровня ограничения жизнедеятельности, выражающейся способностью к самообслуживанию, самостоятельному или с помощью других лиц передвижению, общению, контролю своего поведения, обучению и трудовой деятельности, путем проведения реабилитационных мероприятий, с другой - способность среды адаптироваться к возможностям и потребностям жизнедеятельности людей с ограниченными возможностями здоровья.

Реализация муниципальной программы "Доступная среда в городском округе Нальчик на 2016 - 2020 годы" позволила в определенной мере изменить, инженерную, социальную и транспортную инфраструктуру для самостоятельного и безбарьерного доступа к ней маломобильных групп населения, создать условия для интеграции инвалидов в общество.

Госпрограмма состоит из следующих подпрограмм:

1. «Обеспечение условий доступности приоритетных объектов и услуг в приоритетных сферах жизнедеятельности инвалидов и других маломобильных групп населения»;
2. «Совершенствование системы комплексной реабилитации и абилитации инвалидов». [2]

В 2018 году субсидии на повышение доступности объектов инфраструктуры для инвалидов составили 11 834 тыс. рублей. 963 тысячи – финансирование из республиканского бюджета, 96 тысяч – из муниципальных. Доля доступных объектов инженерно-транспортной инфраструктуры за последний год возросла с 54,5 процента (198 объектов) до 62 процентов – 227 объектов к концу года. Адаптация объектов системы социальной защиты позволило в 2018 году добиться установленных показателей. Доля доступных объектов в социальной сфере возросла с 72 до 88,6 процента, что выше запланированного. Адаптировано 16 учреждений здравоохранения. У входа в учреждения установлены полноцветные тактильные таблички для слабовидящих с наименованием и режимом работы учреждения. Имеется контрастная маркировка дверных проёмов, тактильные наземные указатели, направления движения от входа в здание до регистратуры, тактильная плитка у входа, стационарные и переносные информационные системы, беспроводные системы вызова персонала. В некоторых учреждениях поставлены гусеничные подьёмники с платформой для перемещения людей в инвалидных креслах-колясках. [2]

Для людей с ограниченными возможностями большое значение имеет доступность объектов и инфраструктуры, спортивных и экскурсионных объектов, а также различных видов транспорта. Если человек с ограниченными возможностями отправился в путешествие, он должен быть уверен, что не испытывает дискомфорта. У него должна быть уверенность, что в некоторые моменты ему будет оказана помощь, в которой он нуждается. Характер ухода зависит от многих факторов, среди которых: физическое состояние, потребности, привычки и т. Д. Такая помощь может быть оказана как членами группы, так и отдельным лицом или добровольцем. [3].

Важным компонентом услуг для людей с ограниченными возможностями является транспорт. Качество транспортного обслуживания пассажиров городским транспортом складывается из нескольких показателей - стоимость, скорость, безопасность, комфорт, надежность, чистота, культура обслуживания, информационная поддержка и экологичность. В последнее время доступ к общественному транспорту для людей с ограниченными возможностями и групп с ограниченной мобильностью становится все более важным.

Для улучшения качества транспортного обслуживания и удовлетворения спроса населения Кабардино-Балкарской Республики на транспортные услуги необходимо восстановить и обновить парк

подвижного состава, усовершенствовать производственную базу транспортных предприятий и другие объекты инфраструктуры общественного транспорта, для чего необходимо:

- приобретение подвижного состава современного технического уровня, повышенной комфортности и приспособленного для перевозок пассажиров-инвалидов и других категорий маломобильных граждан, в том числе приобретение скоростных и высокоскоростных поездов;
- внедрение высокоэффективных технологий строительства, реконструкции и содержания инфраструктуры общественного транспорта.

Вопрос обновления подвижного состава весьма капиталоемкий, и его полное решение нельзя перекладывать на транспортные предприятия. Необходима государственная поддержка.

В связи с этим обновление подвижного состава на маршрутной сети целесообразно осуществить за счет средств федерального, республиканского и местного бюджетов, а также за счет приобретения транспортных средств в лизинг.

Таким образом, основными причинами, тормозящими развитие безбарьерного туризма в КБР, являются: отсутствие соответствующей информации о туристских объектах, их оснащенности для инвалидов; инфраструктура и материальная база республики не ориентирована на прием туристов с ограниченными возможностями; отсутствие информации об организациях медицинской помощи инвалидам в туристских центрах. Но стоит отметить тот факт, что в рамках программы «Доступная среда» в Кабардино-Балкарской Республике началось благоустройство для лиц с инвалидностью. Этот факт может послужить точкой развития безбарьерного туризма на территории республики. В ходе реализации программы «Доступная среда» важно закреплять понятия и действия, изначально направленные на достижение более широких задач, чем адаптация среды для инвалидов. Однако в основном ситуация исполнения государственных программных мер показывает, что основные усилия по созданию универсального дизайна сведены к проектированию доступной среды для инвалидов. Такая ситуация сводит характер мероприятий к помощи наиболее незащищенным, строительству реабилитационных центров с учетом нормативов доступности, планированию спортивно-развлекательных мероприятий для инвалидов. В таком аспекте видеть универсальный дизайн ошибочно, так как по большому счету универсальный дизайн – это концепция борьбы с социальной несправедливостью, а комфортная и доступная окружающая среда нужна всем членам общества и ведет к повышению показателей безопасности и качества жизни

Список литературы

1. О защите прав потребителей Федеральный закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.03.2019)// Российской газета. – 1992 (Дата обращения: 15.03.2019).
2. Доступная среда государственная программа Российской Федерации на 2011 – 2020 годы (утв. постановлением Правительства РФ от 17 марта 2011 г. N 175) // Официальный портал государственных программ РФ (Дата обращения: 06.04.2019).
3. Государственная программа Кабардино-Балкарской Республики "Доступная среда в Кабардино-Балкарской Республике" (с изменениями на 23 апреля 2019 года) // Официальный портал государственных программ РФ (Дата обращения: 06.05.2019).

УДК 338.246.025.3

РЕАЛИЗАЦИЯ ГЧП ПРОЕКТОВ: МИРОВОЙ ОПЫТ И ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

ЯКОВЛЕВА ТАТЬЯНА ВАДИМОВНА

магистр

ФГАОУ ВО «РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»

Аннотация: в данной статье были рассмотрены теоретические основы объекта данной работы – процесса реализации ГЧП проектов, как в РФ и за рубежом, его особенности, формы, выявлены преимущества и недостатки. Также выделены ключевые этапы реализации, присущие отечественным и зарубежным ГЧП, выявлены их особенности.

Ключевые слова: экономика; государственно-частное партнерство; проекты; концессия; инфраструктура; частный бизнес; государство.

THE IMPLEMENTATION OF PPP PROJECTS: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND DOMESTIC PRACTICE

Yakovleva Tatiana Vadimovna

Abstract: this article discusses the theoretical basis of the object of this work – the process of implementation of PPP projects, both in Russia and abroad, its features, forms, modern advantages and disadvantages. Also, the key stages of implementation inherent in domestic and global PPP are identified, identified from the features.

Key words: economy; public-private partnership; projects; concession; infrastructure; private business; state.

В современном мире каждая страна стремится к эффективному управлению государственными и муниципальными объектами, к расширению своей ресурсной базы, использованию резервов, стимулируя тем экономическое развитие в целом. Основным инструментом решения данных проблем является государственно-частное партнерство.

Реализация ГЧП проектов относится к специальной проблематике в связи с рядом причин. Прежде всего, в разных странах, данное понятие трактуется в нескольких смыслах. В мировой практике под ГЧП принято понимать взаимоотношения государственной власти и частного сектора, которые стимулируют приток частных денежных, интеллектуальных ресурсов. А также данное понятие является формой определенных проектов, которые реализуют вышеуказанные участники.

Понятие партнерства несколько отличается в отечественной практике. В РФ существуют два подхода к трактовке ГЧП – это управленческий и экономический. Первый рассматривает ГЧП, как инструмент государственной политики, являющийся не формой приватизации, а инновационным методом выполнения государственных обязательств перед населением, который заключается в предоставлении различных благ без срывов или остановок, возникающих при нехватке денежных средств у государства. Понятие экономического подхода подразумевает под ГЧП – некую альтернативу приватизации, то есть передачу прав на государственные объекты частным владельцам.

Таким образом, данные трактовки характеризуют сотрудничество, которое способствует развитию отношений обеих сторон, следовательно, привлечению ресурсов частных владельцев в сферы общества, находящихся под государственным ведомством. Соответственно, партнерство создает ряд конкурентных преимуществ, за счет того, что бизнес является более гибкой структурой: с возможностью быстрого принятия решений, готовностью к нововведениям, постоянным улучшениям, необходи-

мым для повышения конкурентоспособности.

Государство со своей стороны, может создать внешние условия для реализации ГЧП проекта, а именно обеспечить нормативно-правовую базу, финансовые условия – предоставить необходимые субсидии, кредиты по заниженным процентам или налоговые льготы, а также гарантии. В качестве объекта ГЧП в РФ выделяют объекты или имущество, относящееся к транспортной, инженерной и социальной сфере.

Приоритетной целью ГЧП является накопление финансовых и материальных ресурсов, привлечение денежных средств внебюджетных фондов для реализации общественно значимых проектов и программ в широком спектре отраслей экономики, социальной и инновационной сфере с использованием средств областных, местных бюджетов и объектов областной, муниципальной собственности.

Среди других целей ГЧП выделяют: увеличение темпов развития регионов за счет привлеченных денежных средств в объекты, находящиеся под государственной властью, улучшение качества предоставляемых населению услуг.

Практика реализации ГЧП показывает, что такие проекты осуществляются в разных отраслях. Наиболее приоритетной является энергетическая инфраструктура. В рамках проекта государство предоставляет право владения на объекты, участвующие в производстве и распределении электрической и тепловой энергии, энергоснабжении.

Также по количеству и масштабу лидируют проекты в транспортной сфере. Частный бизнес берет на себя права строительства, обслуживания, управления автомобильными, железными дорогами, морскими и речными судами, портами, аэропортами и метрополитеном.

В последнее время актуальность приобрели проекты в социальной сфере, включающие в себя отрасли здравоохранения, образования, социального обслуживания. Также проекты ГЧП реализуются в сфере ЖКХ с целью эффективного обслуживания населения, уборки, вывоза мусора и эксплуатации коммунальных сетей.

В мировой практике существует несколько форм заключения государственно-частного партнерства. Наиболее распространенной является контрактная. Данный документ – контракт, выделяется исходя из цели и специфики реализуемого проекта. Так бывают контракты на обслуживание, управление, строительство, аренду, передачу прав владения. Помимо этого, ГЧП может быть в форме концессии, что предусматривает заключение договора о создании или реконструкции объекта за счет средств инвестора. За рубежом данные формы партнерства часто смешиваются и используется их комбинация, что обеспечивает гибкость при решении правовых вопросов во время реализации проекта.

В Российской Федерации смешанная форма партнерства не используется, а отдается предпочтение какой-либо одной. Также отечественная практика показывает, что в данном сотрудничестве сильно преобладает роль государства: именно оно определяло правила поведения, главные векторы активности компаний, это и является сдерживающим фактором в эффективном развитии партнерства.

Рассмотрев основные понятия, связанные с государственно-частным партнерством, следует перейти к исследованию самого процесса. Целесообразно будет провести сравнение для выявления отличий в процедуре реализации ГЧП в РФ и за рубежом. Разработка и внедрение таких проектов производится в несколько этапов.

На первом этапе происходит отбор приоритетных и перспективных проектов. Говоря более подробно, рассматриваются все проекты, разработанные государственной, муниципальной властью и частными компаниями для реализации.

Далее оценивается вероятность из внедрения, проводится комплексный анализ, в ходе которого выставляется общая оценка – это происходит на втором этапе. К данным критериям относят: затраты на реализацию и проектную эффективность. Первый показатель, как правило, включает технологический аудит и аудит затрат. А результативность проекта отражает социально-экономический эффект, инвестиционную привлекательность, риски и бюджетную нагрузку.

Оценка инвестиционной привлекательности включает определение круга заинтересованных лиц и потенциальных инвесторов. Методы оценки имеют различную сложность в зависимости от специфики проекта: более простой – анализ опыта ранее реализованных аналогичных проектов – либо более

сложный – «измерение рынка». «Измерение рынка» может осуществляться органами власти непосредственно либо с помощью специализированных услуг консалтинговых фирм. Данный метод основан на опросе возможных инвесторов и заинтересованных лиц о ключевых параметрах проекта и позволяет выявить ожидания рынка в части доходности и рисков, выделить слабые места проекта. При условии, что проект удовлетворяет всем требованиям, составляется документация.

На третьем этапе происходит оценка рисков по проекту ГЧП, что является первым шагом к его структурированию и разработке финансовой и правовой документации. В рамках данной оценки рекомендуется разработка полного перечня рисков, обусловленных реализацией проекта для всех участников и заинтересованных лиц. На данном этапе после выявления рисков происходит их распределение между участниками проекта, то есть определяются стороны соглашения о ГЧП, несущие ответственность за последствия от реализации каждого риска по проекту.

Финансирование ГЧП проекта является одним из ключевых этапов. Именно здесь проявляется главное назначение ГЧП – часть средств поступает от частных инвесторов, часть от государства. В РФ выделяют статьи расходов в соответствии с этапами реализации ГЧП проектов. Так, первая статья будет включать расходы по предпроектной деятельности, на разработку документации – инвестиционной, финансовой, материальной. Вторая статья отображает расходы на реализацию проекта, а именно капитальные и текущие затраты. Они, как правило, покрываются за счет выручки от эксплуатации объекта.

Завершающим этапом является мониторинг и контроль исполнения ГЧП проектов. Это позволяет обеспечить выполнение соглашения и координацию взаимодействия публичной и частной сторон в процессе реализации проекта. Мониторинг и контроль осуществляется в течение всего срока реализации проекта ГЧП, включая подготовку условий контроля проекта при разработке соглашения о ГЧП и стадию завершения проекта. На данной стадии происходит организация работы ответственных органов власти, мониторинг результатов реализации проекта ГЧП, его ключевых показателей эффективности проекта, работа с изменениями по проекту и контроль за передачей активов и иными операциями при завершении проекта.

Таким образом, в данной статье были рассмотрены теоретические основы проектов государственно-частного партнерства: их понятие, сущность, основные формы и процессы внедрения и реализации. Были выявлены основные отличительные черты, присущие ГЧП в РФ, а также была рассмотрена мировая практика по реализации данных проектов.

Список литературы

1. Алпатов, А. А. Государственно-частное партнерство. Механизмы реализации / А.А. Алпатов. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - 104 с.
2. Амуноц Д. М. Государственно-частное партнёрство. Концессионная модель совместного участия государства и частного сектора в реализации финансовоёмких проектов // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2015. – № 12. – С. 16-24.
3. Бабич А. М. Государственные и муниципальные финансы / А.М. Бабич, Л.Н. Павлова. - М.: Юнити-Дана, 2016. - 385 с.
4. Игнатюк Н. А. Государственно-частное партнерство / Н.А. Игнатюк. - М.: Юстицинформ, 2015. - 376 с
5. Кабашкин, В. Государственно-частное партнерство в регионах Российской Федерации / В. Кабашкин. - М.: Дело, 2015. - 303 с.
6. Шадрин Е. В., Виноградов Д. В. Государственно-частное партнерство как форма организации бизнеса // Вопросы государственного и муниципального управления. 2018. № 4. С. 5-19.

УДК 339

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ТОВАРОБОРОТА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

КУРМАНОВА АЛИЯ ХАМИТОВНА

к.э.н., доцент

БАКИЕВА ЭЛЬМИРА ЭДИКОВНА

студентка магистратуры

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

Аннотация: В статье рассматривается значение анализа динамики товарооборота, его влияние на эффективность деятельности торгового предприятия, приведены его основные этапы и показатели, составлены таблицы для ежедневного анализа выполнения плановых показателей и LFL (Like for Like) – сравнения с предыдущим годом.

Ключевые слова: Объем реализации товара, конверсия, средняя стоимость чека, среднее количество вещей в чеке, средняя стоимость единицы изделия, прогноз выполнения плановых показателей, запас финансовой прочности, темп роста, темп прироста, среднеквадратическое отклонение, коэффициент вариации.

ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF TRADE ENTERPRISE TRADE

**Kurmanova Aliya Khamitovna,
Bakieva Elmira Edikovna**

Abstract: The article discusses the value of the analysis of the dynamics of trade, shows its main stages and indicators, compiled tables for the daily analysis of the implementation of planned indicators and LFL (Like for Like) - comparisons with the previous year.

Keywords: sales volume of goods, conversion, average cost of a check, average number of items per check, average unit cost, forecast of performance targets, financial strength, growth rate, growth rate, standard deviation, coefficient of variation.

Для эффективного управления торговыми предприятиями необходим качественный анализ объема, динамики, скорости и структуры товарооборота на потребительском рынке. Изучение существующих тенденций и возможностей торговых предприятий, касающихся реализации товаров, определение факторов, которые позитивно и негативно влияют на объем продаж, определяются в процессе анализа объема и структуры товарооборота.

Проведение экономического анализа позволяет:

1. изучить процесс выполнения плана товарооборота, ритмичность и сезонность реализации товаров в ретроспективном периоде;
2. изучить состав товарооборота по формам, видам, методам продажи, ассортиментной структуре;
3. выявить основные тенденции и закономерности в реализации товаров;
4. проанализировать и количественно оценить влияние отдельных факторов на объем, состав и структуру товарооборота [1, с.126].

Первый этап проведения анализа заключается в определении общего объема товарооборота торгового предприятия за отчетный период и оценка уровня выполнения плана по товарообороту.

На этом этапе анализа определяют общий объем реализации товара и платных услуг в стоимостном выражении, а по некоторым товарным группам и видам товаров, кроме того - в натуральном размере.

Оценка степени выполнения плана товарооборота осуществляется путем расчета относительно и абсолютного размера отклонений фактического объема товарооборота от заданного, которые могут быть вызваны негативным влиянием неучтенных в процессе планирования факторов. Изучение степени выполнения плана проводится не только для оценки качества планирования и степени профессионализма работников планово-экономической службы торгового предприятия, а, прежде всего, с целью оценки динамики его внешней среды и чувствительности к изменению объемов реализации товаров на данном торговом предприятии. Для упрощения данного этапа разрабатываются таблицы, которые позволяют оперативно наблюдать за выполнением плановых показателей. Помимо выручки, анализируется достижение ключевых показателей эффективности - KPI (Key Performance Indicator), которые включают в себя конверсию, UPT (среднее количество вещей в чеке), среднюю стоимость единицы изделия и среднюю стоимость чека.

Конверсия является одним из ключевых показателей в продажах. Он представляет собой отношение покупателей (количество чеков) к посетителям (трафик). В продажах конверсия является качественным показателем работы торговой точки либо конкретного продавца. Конверсию измеряют в процентах – чем выше процент, тем эффективнее работа подразделения.

Формула расчета:

$$\text{Конверсия} = \text{количество покупок (чеков)} / \text{количество посетителей (трафик)} * 100 \%$$

В розничных магазинах на входе устанавливается счетчик посетителей, который позволяет зафиксировать трафик магазина. Следует отметить, что трафик – самый ценный ресурс. Он зависит от узнаваемости бренда, месторасположения, рекламы, проходимости и т.д. За трафик компания платит достаточно большие деньги, и если данный ресурс не использовать грамотно – можно разориться.

Следующий показатель – UPT (unit per transaction) – количество единиц в чеке.

$$UPT = \text{Количество единиц товара} / \text{Количество чеков}$$

Средняя стоимость единицы изделия составляет:

$$\text{Средняя стоимость единицы изделия} = \text{Выручка} / \text{количество проданных единиц}$$

Данный показатель характеризует, какой по стоимости товар продается в той или иной торговой точке, а так же характеризует работу конкретного продавца.

Следующий показатель – средняя стоимость чека. Он рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{Средняя стоимость чека} = \text{Выручка} / \text{Количество чеков}$$

Оценку степени выполнения плана удобнее всего проводить в следующей Таблице.

Таблица 1

Анализ степени выполнения плановых показателей ООО «Ромашка»

	Выручка	Трафик	Конверсия	ССЕ	UPT	ССЧ	Чеки	Вещи
План	1963278	7072	17,2	744	2,5	1864	1053	2640
Факт	1263553	5482	12	701	2,73	1917	659	1802
%	64	77,5	69,9	94,2	90,9	102,9	62,6	68,3

Для анализа степени выполнения плана по дням разработана следующая таблица.

Прогноз выполнения плана рассчитаем по следующей формуле:

$$\text{Прогноз выполнения плана} = ((\text{Сумма Выручки за все дни} - \text{Сумма Возвратов}) / \text{Количество дней}) / (\text{План продаж} / \text{Количество дней в месяце})$$

Аналогичную таблицу строим для анализа остальных показателей КРІ.

Таблица 2

Степень выполнения плана по дням

День недели	Дата	Выручка	Текущее выполнение плана	Прогноз выполнения плана	Выручка (наличные)	Выручка (терми-нал)	Возврат (наличные)	Возврат (терми-нал)
Вт	01.01	45000	3%	110%	10000	35000	0	399
Ср	02.01							
Чт	03.01							
...		

Таблица 3

Анализ показателей КРІ по дням

День недели	Дата	Конверсия			Емкость		Средний чек	ССЕ
		Чеки	Трафик	Конверсия	Вещи	ЧВ		
Вт	01.01	15	100	15%	32	2,13	3000	1406,25
Ср	02.01							
Чт	03.01							
...

Таким образом, можем проанализировать отклонение показателей по дням. Выявив причины, повлиявшие на отрицательный прирост, и сводя к минимуму их влияние, можно добиться максимальной эффективности.

Второй этап сводится к анализу динамики общего товарооборота на протяжении отчетного периода (поквартально, на протяжении года или за 2-5 лет).

Для исследования динамических изменений в объеме товарооборота предприятия строится сопоставимый динамический временной ряд изменения товарооборота. Приведение фактического товарооборота в сопоставимый вид осуществляют по площади торговой сети предприятия, длительности его работы, а так же по ценам реализации товаров.

Корректировка фактического товарооборота в связи с вводом (выбытием) и изменениями в графике реализации товаров осуществляется методом прямого расчета.

Средний индекс изменения цен рассчитывается непосредственно предприятием с учетом структуры товарооборота и информации об изменении цен реализации на определенные товары на различных интервалах отчетного периода. Использование для корректировки индекса инфляции за соответствующий период обычно является некорректным в связи с отличиями в структуре товарооборота торговых предприятий [1, с. 164].

На базе построенного динамического ряда сопоставимого товарооборота вычисляются абсолютные изменения в объеме реализации товаров, а так же темпы роста и прироста что касается предыдущего и базового периода.

Важное значение для планирования и управления торговым предприятием имеет так же определение средних темпов изменения объема товарооборота (среднеквартальных или среднегодовых)

Третий этап сводится к анализу товарно-групповой структуры товарооборота торгового предприятия за отчетный период и в динамике, определение закономерностей развития объема продажи по отдельным товарным группам (видами и разновидностями товаров).

На этом этапе аналитической работы изучаются темпы роста и прироста, абсолютный объем изменения товарооборота по отдельным товарным группам (видами и разновидностями товаров), определяется вес отдельных товарных групп (видов товаров) в общем объеме товарооборота предприятия. В процессе проведения этой работы используется информация, полученная в конъюнктурных рейтингах (изучение рынка соответствующих товаров), что позволяет определить объективные (изменение объема и структуры спроса, специализации предприятия, объемов и структуры товарного предложения, налогового регулирования) и субъективные (недочеты в организации закупки и продажи товаров, просчеты в планировании, недобросовестность персонала и др.) причины изменения ассортиментной структуры товарооборота предприятия и объема реализации товаров.

Темп роста представляет собой отношение значения какого-либо экономического показателя за определенное время к его исходному значению, которое принято за основу (базу) отсчета.

Таким образом, темп роста показывает во сколько раз изменился показатель в сравнении с базовым, а **темп прироста** отражает, на сколько изменилась исследуемая величина.

Для изучения темпа роста и прироста показателей составим таблицу:

Таблица 4

Темп роста и прироста КРП

1	2	3	4	5		6	
	2017	2018	2019	Темп роста		Темп прироста	
				2018	2019	2018	2019
Выручка				3/2	4/2	3-2	4-2
УРТ				3/2	4/2	3-2	4-2
Конверсия				3/2	4/2	3-2	4-2
ССЕ				3/2	4/2	3-2	4-2
ССЧ				3/2	4/2	3-2	4-2

Изучение ассортиментной структуры товарооборота позволяет производить ранжирование товарных групп по степени их значимости (вклада) в общий товароборот предприятия, а также количественно оценивать положительное или негативное влияние динамики реализации отдельных видов товаров на общий объем товарооборота предприятия и дальнейшие возможности его увеличения [1, с.204].

Четвертый этап сводится к анализу состава товарооборота предприятия в зависимости от положения конечных потребителей, форм и сроков расчетов, характера реализуемых товаров, организационных форм и методов торговли.

Исследование состава товарооборота предприятием проводится за отчетный период и в динамике. Предвидит определение основных закономерностей отдельных видов товарооборота - реализацию товаров населению и оптовым потребителям, с немедленной оплатой и в кредит, оплата наличными и по безналичному расчету, новых и бывших в употреблении товаров, в стационарной торговой сети и в пунктах мелкооптовой торговли и др.

Для проведения исследования рассчитывают и сопоставляют между собой объемы реализации товаров по отдельным видам товарооборота, темпам их роста и прироста, исследуют изменение их веса в общем объеме товарооборота.

Пятый этап сводится к проведению анализа объемов реализации товаров поквартально и помесечно, исследование ритмичности работы и сезонности реализации товаров и определение факторов, которые их обуславливают. Среднеквадратическое отклонение определяет диапазон колебания реализации товаров, то есть минимальный и максимальный объем товарооборота предприятия в среднем за период исследования.

Коэффициент вариации оценивает равномерность реализации товаров на протяжении периода, который исследуется, то есть относительный (в %) размер отклонения объема товарооборота от среднего размера. При этом, если коэффициент вариации V , равен нулю, то это говорит о стабильном товарообороте товара 1-го наименования в отчетном периоде. Если $V = 1$, то это показывает высокий уровень нестабильности товарооборота товара 1-го наименования в отчетном периоде.

Исследования названных показателей дает возможность установить степень равномерности продажи товара по месяцам и кварталам, выявить особенности торговли и спроса на товары, которые реализует предприятие. Чем выше значение имеют показатели, тем менее ритмично является процесс реализации товаров на данном предприятии.

Шестым этапом анализа разно оптового товарооборота является изучение факторов, которые имели влияние в отчетном периоде на его объем и структуру. С этой целью дается количественная оценка влияния факторов внутреннего порядка (факторов, связанных с товарными ресурсами; с численностью работников, организацией и продуктивностью работы; с использованием основных способов) исследуется характер влияния факторов внешней среды (спрос потребителей на товары, предложение товаров на рынки, цены на товары, деятельность конкурентов на потребительском рынке, уровень жизни и реальные денежные доходы населения, которые обслуживаются, социально-демографические факторы и др.)

Завершается анализ товарооборота предприятия седьмым этапом и сводится к исследованию запаса финансовой прочности предприятия, в ходе которого определяется возможное падение товарооборота (в абсолютном и относительном измерении) к достижению критической таблицы «точки безубыточности деятельности» [4, с.75].

Наиболее подходящим способом решения этой задачи является построение нечетких алгоритмов регулирования показателей безопасности и финансовой прочности торгового предприятия. В этом случае на основе накопленного опыта поведения или на основе информации, получаемой от высококвалифицированных менеджеров и маркетологов, формируется производственная модель изменения регулируемых параметров. Для этого регулируемым параметрам ПБ, ЗФП в соответствие ставятся лингвистические переменные «уровень безопасности предприятия» с нечеткими значениями «очень низкий», «низкий», «средний», «высокий», «очень высокий» и «величина запаса финансовой прочности» с нечеткими значениями «очень малая величина», «малая», «средняя», «большая» и «очень большая». Учитывая также пропорциональную зависимость регулируемых параметров от объема товарооборота и динамику его изменения во времени, данному показателю в соответствие ставится лингвистическая переменная «скорость изменения товарооборота» с нечеткими значениями «очень малая скорость», «небольшая», «средняя», «большая» и «очень большая скорость».

Список литературы

1. Абрютин М.С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности. М: Дело и сервис, 2010 – 464 с.
2. Губина О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Краткий курс лекций – учеб. пособие. – О: ОрелГИЭТ, 2011 – 100 с.
3. Клишевич Н.Б. Финансы организаций. Менеджмент и анализ. – М: КноРус, 2012. – 304 с.
4. Семаков С.Л. Прогнозирование и управление продажами в торговых сетях. М: ФИЗМАТЛИТ, 2012 – 144 с.
5. Росстат – [Электронный ресурс] - http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/-retail/#
6. Учет, налоги, право. – [Электронный ресурс] - <https://www.gazeta-unp.ru/articles/52258-nds-s-1-yanvarya-2019-goda>
7. Шальнова О. А. Розничный рынок России и положение на нем специализированных магазинов // Маркетинг розничной торговли. — 2014. — № 2. — с. 86–94.

УДК 338.48

МОТИВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В РАЗВИТИИ ДЕТСКОЙ АНИМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

СТАС НАРИН ТАМБИЕВНА

старший преподаватель

МАКУАШЕВА ЗАИРА ОЛЕГОВНАмагистр направления «Гостиничное дело»
КБГУ им.Х.М.Бербекова

Аннотация: Статья раскрывает факторы развития рынка анимационных услуг. Подробно описывается специфика организации различных видов анимационной деятельности для детей. Роль анимации, а так же перечень организационно-управленческих решений на каждом этапе планирования и реализации анимационной программы в детском развлекательном центре.

Ключевые слова: Анимация, аниматор, менеджер анимационного центра, стимул, мотивационный инструмент.

MOTIVATIONAL MANAGEMENT IN THE DEVELOPMENT OF CHILDREN'S ANIMATION ACTIVITIES

**Stas Narin Tambievna,
Makuasheva Zaira Olegovna**

Abstract: The article reveals the factors of development of the market of animation services. Details describes the specifics of the organization of various types of animation activities for children. The role of animation, as well as a list of organizational and management decisions at each stage of the planning and implementation of the animation program in the children's entertainment center.

Keywords: Animation, animator, animation center manager, incentive, motivational tool.

На сегодняшний момент можно наблюдать стабильный рост рынка детских развлечений и, в том числе, увеличение количества многопрофильных детских развлекательных центров. Необходимость в организации отдыха детей стала возникать тогда, когда старые игровые площадки в конце девяностых годов пришли в негодность, а у людей появилась возможность больше платить за отдых своих детей. Развитие современных сетей детских развлекательных комплексов связано с логичным желанием родителей обеспечить приятный и безопасный досуг для своих детей.

Аниматором - стали называть артиста на различных мероприятиях. Главной задачей, которого является развлечение гостей, постоянный подогрев и поддержание интереса у зрителей и участников события к происходящему действию.

Следовательно на аниматоров возлагается большая ответственность, сопутствующая рентабельности анимационного предприятия. В связи с огромной нагрузкой, приходящейся на аниматоров, эффективность труда в анимационном менеджменте в большой степени зависит от уровня работоспособности человека. Задачей менеджмента является выработка условий труда, позволяющих продлить фазу высокой устойчивой работоспособности. Основными показателями экономической эффективности анимационного менеджмента выступают рост производительности труда аниматоров и снижение

затрат на организацию анимационной деятельности.

Важным фактором развития анимационной деятельности с детьми является создание условий, обеспечивающих проведение игровой деятельности.

Во-первых, речь идет о создании службы, которая в некоторых туристских комплексах носит название «мини-клубов» (для детей младшего возраста) или «юниор-клубов» (для подростков). Задача аниматоров мини-клуба - как можно интереснее занять детей, чтобы дать возможность родителям отдохнуть спокойно, не заботясь о них, об их местонахождении и безопасности [1].

Во-вторых, для организации эффективной работы с детьми необходимо иметь соответствующие помещения пребывания детей в летние месяцы, например, игровые площадки, детский бассейн, и в непогоду, оснащенные различным инвентарем для рисования, лепки, подвижных и развивающих игр и т.д. Для подвижных игр нужен инвентарь: мячи, кегли, обручи, скакалки. Эстафетные палочки, мешочки с песком, флажки, веревки разной длины и толщины, мел, для развивающих - краски, бумага, карандаши и т.п., для театрализованных и ролевых игр - костюмы.

В-третьих, для проведения игровых анимационных программ необходим аниматор, как правило, с педагогическим образованием. Работа в мини-клубе аниматором - большой труд, поскольку он должен учитывать целый ряд физиологических и психологических особенностей детей разного возраста, создать такие условия, чтобы любому ребенку было в нем интересно и он смог проявить и реализовать себя как личность. Задачей детского аниматора является не просто организация досуга детей, а такого досуга, при котором каждый день, проведенный ребенком в мини-клубе, превращался бы в целое событие, праздник, который останется ярким впечатлением его отдыха. А для достижения такой цели главный менеджер анимационной службы, должен иметь в своем управленческом арсенале разнообразные приемы не только мотивации их к работе, но и поощрения за хорошие результаты анимационного обслуживания туристов в свете современных представлений о мотивационном менеджменте можно выделить наиболее эффективные и перспективные из них:

- дать каждому сотруднику службы почувствовать себя частью значительного творческого процесса;
- показать, что проводится творческая работа по развитию личности сотрудника анимационной службы;
- разработать способы внешней мотивации к труду, морального и материального поощрения за аниматорский профессионализм и хорошие результаты труда;
- удовлетворять потребность персонала в уважении и самореализации;
- призывая работников творчески подходить к выполнению своих обязанностей, не останавливаясь на достигнутом, необходимо: создать благоприятные условия для самореализации человека в деле, добиваться повышения квалификации и профессионального роста кадров [2].

Для того чтобы у аниматора был стимул постоянного повышения квалификации, необходимо показать ему возможности профессионального роста. Это является дополнительным стимулом для персонала.

В-четвертых, для организации полноценной анимационной деятельности с детьми необходима богатая игротека.

Работа аниматора делится на два этапа: подготовительный и основной.

На подготовительном этапе осуществляется развитие у детей предпосылок разных видов деятельности (предметной, изобразительной, игровой, конструктивной), предполагается форсирование их мотивационного компонента.

При этом решаются следующие задачи:

- создание благоприятных эмоциональных условий;
- установление доверительного контакта между аниматором и ребенком;
- при их взаимодействии в разных видах деятельности;
- развитие у детей положительного отношения к аниматорам и сверстникам.[3]

На этом этапе дети приобщаются к миру театрализованных представлений путем участия в драматизации коротких литературных произведений с использованием различных видов театра, создания положительной эмоциональной обстановки в группе. Одним из важнейших элементов создания анима-

ционной программы является составление сценария с учетом психологии клиента.

В целом анимация – это творчество, имеющее трудоемкий процесс создания, продуманность. Каждая анимационная программа в своем роде является произведением искусства, так как люди, создающие сценарий вкладывают душу в процесс создания, добиваются отточности и понятности действия и руководствуются желанием доставить положительные эмоции туристам.

Список литературы

1. Анимационный менеджмент [электронный ресурс], 2018-режим доступа <https://docplayer.ru/31823829-> Загл. с экрана.
2. Анимационные технологии в туризме [электронный ресурс], 2017- режим доступа <https://ozlib.com/810356/turizm/animatsionnyy-> Загл. с экрана.
3. Функции анимационного менеджмента [электронный ресурс], 2018 режим доступа [https://bstudy.net/604212/turizm/funktsii -](https://bstudy.net/604212/turizm/funktsii-) Загл.с экрана.

УДК 657.1:004

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ

АЙНАБЕКОВА ИНДИРА ТАЙКОНЫРОВНА,
ЕСЕНОВА МЕЙРАМКУЛЬ ЖАСАГАНБЕРГЕНОВНА

магистры учета и аудита
Таразский государственный университет им.М.Х.Дулати
г.Тараз, Республика Казахстан

Аннотация: В статье рассматриваются перспективы развития бухгалтерских информационных систем. Использование персональных компьютеров для автоматизации бухгалтерского учета в компаниях является важной частью всей системы информационной поддержки офисной деятельности. Казахстанские программные продукты сосредоточены в основном на решении проблем бухгалтерского учета.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, информационная система, компьютерная программа, компетентный аудитор, информационные технологии.

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF ACCOUNTING INFORMATION SYSTEMS

Ainabekova Indira Taikonyrovna,
Yessenova Meiramkul Zhasagambergenovna

Abstract: The article discusses the prospects of development of accounting information systems. The use of personal computers for automation of accounting in companies is an important part of the entire system of information support of office activities. Kazakhstan software products are mainly focused on solving accounting problems.

Key words: accounting, information system, computer program, competent auditor, information technology.

Бухгалтерский учет - это прикладная экономическая дисциплина, которая имеет первостепенное значение в экономике переходного периода для предприятий всех форм и размеров собственности. Бухгалтерский учет позволяет регистрировать, хранить и обрабатывать информацию о финансово-экономической деятельности компании. В связи с частыми изменениями нормативных актов государства и местных органов власти, регулирующих правила бухгалтерского учета, отчетности и налогообложения предприятий, профессия бухгалтера становится все более важным, и его роль в управлении предприятием имеет решающее значение [2].

Сложность бухгалтерского учета заставляет бухгалтеров постоянно совершенствовать свои навыки, следить за последними изменениями и дополнениями существующих законов и принимать во внимание их практику. Бухгалтерский учет в таких условиях гораздо менее формализован, чем в стабильной экономической ситуации, и иногда для того, чтобы, с одной стороны, не загонять компанию в угол из-за налогов, а с другой стороны, формально не нарушать закон и не допускать штрафов.

Использование персональных компьютеров для автоматизации бухгалтерского учета в компаниях является важной частью всей системы информационной поддержки офисной деятельности. Бухгалтерский учет состоит из ряда обычных операций, связанных с одинаковым выполнением одних и тех же расчетных операций, составлением различных отчетов и платежных документов в форме и передаче номеров из одного документа в другой. Несмотря на кажущуюся простоту задачи автоматизации бухгалтерской деятельности, найти решение, которое подходит для простого человека, использующего

компьютеры. Кроме того, некоторые трудности заключаются в постоянном изменении требований к бухгалтерскому учету, что повышает потребность в гибких и быстро настраиваемых требованиях к новым условиям пакетов программного обеспечения [1].

Компьютерная программа не может заменить компетентного аудитора, но она экономит время и усилия, автоматизируя рутинные операции, обнаруживая ошибки в расчетах и отчетности, а также оценивая текущее финансовое положение компании и ее перспективы. Кроме того, автоматизированные книги могут помочь подготовиться систем учета, первичные и отчетные документы, а также формы часто повторяющиеся форм (платежные поручения, счета - фактуры, входящие и исходящие приказы, авансовые отчеты и т. д.) с уже сформированной компании детали в электронном виде и для хранения.

Программа может содержать несколько принципов работы. Например, если программа использует принцип "документ", все входные данные в базе данных сохраняются только в отношении первичных документов, и все полученные отчеты и ссылки вычисляются на основе данных. Принцип подразумевает постоянное и интенсивное распространение системы на документы. Каждый факт проведенной хозяйственной деятельности отражается в информационной базе с использованием стандартных электронных документов. На основании этого бухгалтерские записи создаются автоматически. Электронные формы документов максимально близки к типичным формам, к которым привык бухгалтер. Во время подготовки можно работать с любым документом, многократно сохраняя промежуточную информацию. Сведения о большинстве документов программа может автоматически вводить с помощью форм, введенных ранее в информационную базу данных. Если программа применяет правило учета "проводка", то в базе данных сначала регистрируется несвязанная "открытая" проводка, а затем все недостающие данные в ней вводятся. Бухгалтерский учет может осуществляться как на уровне отдельных транзакций, так и на уровне стандартных транзакций [3].

Внедрение западных систем автоматизации эффективность системы управления может быть повышена за счет внедрения западных систем автоматизации. Казахстанские программные продукты сосредоточены в основном на решении проблем бухгалтерского учета. К иностранцам относятся различные функции управления: гибкие механизмы формирования цен, возможность формирования бюджетов предприятий с последующим контролем их выполнения, а также прогнозирование, в частности, потребности в денежных и материальных ресурсах. Внедрение западных разработок связано с проблемами, вызванными особенностями внутреннего учета. Основная проблема связана с различными методами бухгалтерского учета. В одной транзакции несколько учетных записей могут быть списаны и зачислены одновременно, поэтому общий объем продаж между двумя соответствующими учетными записями не может быть определен. Такие данные необходимы для расчета ряда показателей казахстанского отчета [2].

Тенденции в разработке бухгалтерских программ путем улучшения пользовательского интерфейса Visa позволяет пользователю работать с программой удобно и внедрять ее в соответствующую программную и аппаратную среду. Пользовательский интерфейс определяет внешний вид, размер и расположение основного экрана, функции обработки, панели инструментов и т.д. Программные продукты должны обеспечивать надежную и безопасную работу компьютера, и информационной системы пользователя, а также обеспечивать целостность компьютеров, программного обеспечения и устройств данных. Создание условий для автоматизации деятельности специалистов означает, что создаваемые автоматизированные рабочие места полностью поддерживают профессиональную деятельность конечного пользователя. Многие наряду с основными функциями обработки обеспечивают выполнение и вспомогательных, сервисных функций, таких как копирование, восстановление, экспорт-импорт данных и другие. Создание инструментальных средств конечного пользователя обеспечивает совершенствование функций обработки, создание новых приложений силами конечного пользователя [1].

Для программ бухгалтерского учета такими инструментальными средствами являются: генератор экранных форм — позволяет создавать новые и отменять существующие экранные формы (расположение на экране реквизитов, соответствующих полям базы данных, использование текста подсказок, цветовое оформление и др.); язык запросов — обеспечивает поиск и фильтрацию записей базы данных, выборку машинных документов, вычисления над данными базы данных; микропрограммирование

включает клавишные и языковые макрокоманды (макросы), предназначенные для автоматизации рутинных операций обработки; генератор отчетов — обеспечивает вывод запросной информации, формирование различного уровня итогов и другого; интегрированные пакеты — наборы нескольких программных продуктов, функционально дополняющих друг друга и поддерживающих единые информационные технологии. Некоторые разработчики программного обеспечения стремятся расширить функциональные возможности программ путем совершенствования методов организации и анализа бухгалтерского учета и пытаются выйти за рамки бухгалтерских задач, расширяя сферу применения. Это позволяет пользователю решать задачи расчетного и операционного анализа в рамках модели расчетов. Другие сосредоточены не на разработке отдельных компонентов автоматизации, а на создании интегрированных информационных систем для предприятия или предприятия и не ограничиваются решением вопросов бухгалтерского учета и оперативного учета.

Список литературы

1. Портал Электронная библиотека Тенденции и перспективы развития бухгалтерских информационных систем 2017 г. [Электронный ресурс] // Тенденции и перспективы развития бухгалтерских информационных систем. сайт - URL <http://kursak.net/tendencii-i-perspektivy-razvitiya-b>.
2. Назарова В.Л. Бухгалтерский учет: учебное пособие \Алматы: Алматы кітап баспасы, 2011.-624с
3. Автоматизация бухгалтерского учета на производстве – доступно и всерьез, // Бухгалтер+компьютер №4 апрель 2002 – с 20-21

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS

Сборник статей
Международной научно-практической конференции
г. Пенза, 30 мая 2019 г.
Под общей редакцией
кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева
Подписано в печать 31.05.2019.
Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 17,7

МЦНС «Наука и Просвещение»
440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10
www.naukaip.ru