

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
Тульский филиал



**ФИНАНСОВЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ**
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
ПОДХОДЫ В РЕШЕНИИ
ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ
РЕГИОНА**

Тула, 2021

**Федеральное государственное образовательное
бюджетное учреждение высшего образования**

**Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
Тульский филиал**

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ
В РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА**



Материалы Всероссийской научной студенческой
конференции

Часть I

Тула - 2021

ББК 65.049(2)

С 69 Социально-экономические подходы в решении проблем развития региона. Материалы Всероссийской научной студенческой конференции. 21-22 мая 2021 г . Ч. I. - Тула, изд-во ПромпилотПРО, 2021. – 527 с.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Кузнецов Г.В., канд. физ.- мат. наук, директор филиала;
Назырова Е.А., канд. ист. наук, зам. директора филиала;
Городничев С.В., канд. техн. наук, зам. директора филиала;
Мясникова Е.Б., канд. экон. наук;
Поляков В.А., д-р экон. наук, доц.
Бормотов И. В., канд. филос. наук, доц.;
Манохин Е.В., канд. физ.- мат. наук, доц.

В сборнике представлены тезисы выступлений студентов на Всероссийской научной студенческой конференции, прошедшей 21-22 мая 2021 г. в Тульском филиале Финуниверситета при Правительстве РФ.

В центре внимания молодых исследователей актуальные социально-экономические проблемы и перспективы современного развития России и регионов, реформы в финансовой системе, проблемы бухгалтерского учета, аудита и анализа, менеджмента и маркетинга и пути их решения, роль математических методов и моделей в оптимизации экономических процессов.

Ответственная за выпуск – Никитина Е.А., канд. экон. наук, доцент

ISBN

ББК 65.049(2)

© Коллектив авторов, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел «СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»

| | |
|--|----|
| Александрова А. С. Капитал и обязательства организации, их отражение в бухгалтерской отчетности | 10 |
| Алиева С.Э. Процесс внедрения цифрового маркетинга в деятельность предприятия | 12 |
| Анфилатова А.А. Развитие процедуры банкротства физических лиц на современном этапе | 18 |
| Афанасьева А.А. Актуальные проблемы аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности | 22 |
| Ахмедова Е.И. Методические основы маркетинговых исследований | 26 |
| Бабашова Т. С. Цифровой маркетинг и интернет маркетинг как электронные модели в продвижении | 30 |
| Барабанова Ю.С. Проблемы развития бухгалтерского учета в современных условиях | 33 |
| Баранова М. В. Проблемы и перспективы развития бухгалтерского аутсорсинга в России | 35 |
| Баталина Е.В. Этапы эволюции и перспективы развития аудита в России | 38 |
| Баталина Е.В. Значение саморегулируемых профессиональных организаций в выработке этических норм поведения и контроле их соблюдения | 43 |
| Баямова М.В. Значение ликвидности для оценки финансового состояния организации | 48 |
| Белоусова К.А. Аудит учетной политики (в целях бухгалтерского и налогового учета) | 52 |
| Бодрова В.С. Проблемы финансового контроля в Российской Федерации | 56 |
| Бодрова Е.В. Бухгалтерское дело в сближении бухгалтерского и налогового учета | 59 |
| Борищева В.Ю., Пытина А.И. Оценка эффективности кредитных каникул как меры поддержки населения и организаций в период пандемии | 64 |
| Бороздина В.Д. Организация аудита пособий по нетрудоспособности | 68 |
| Брыляков А.Г. Тенденция развития бухгалтерского учёта субъектов малого и среднего предпринимательства | 74 |
| Буравцова В.М. Кредиторская и дебиторская задолженности, | 76 |

| | |
|--|-----|
| их механизмы управления | |
| Васильева А.О. Государственные и частные индустриальные парки – кто эффективнее? | 79 |
| Вахильчук О.В. Стратегия развития нефтегазодобывающей отрасли (на примере ПАО «Газпром») | 82 |
| Веденеску А.В., Моисеева С.Э. Предпосылки сделок слияния и поглощения на российском страховом рынке | 87 |
| Ведилина А.А. Концепция развития бухгалтерского учёта в России | 92 |
| Винокурова И.С. Внутренний контроль как организационная и методологическая база рациональности и эффективности бухгалтерского дела | 95 |
| Волкова М.Д. Проблемы аудиторской деятельности в современной России | 98 |
| Володчева М. И. Налогообложение блогеров | 100 |
| Вороткова Е. А. Особенности организации бухгалтерского дела в некоммерческих организациях | 103 |
| Гаврилова В.А. Реализация налогового механизма поддержки российской экономики в 2020 году | 107 |
| Галковская В.А. Построение эффективного предприятия | 110 |
| Герасимова Е.А. Учетно-аналитическая информация – важный элемент информационного обеспечения финансово-хозяйственной деятельности предприятия | 117 |
| Глушкова А.О. Аудит бухгалтерской отчетности | 121 |
| Голов В.Е. Ключевые показатели эффективности бизнеса | 123 |
| Гончарова Н.В. Поведение потребителей и организация бизнеса в сфере общественного питания в период распространения пандемии (сovid – 19) в 2020 году | 126 |
| Гуломова Ш. И. Маркетинг в социальных сетях на примере Instagram: тенденции 2021 года | 130 |
| Гуреева Е.В. Методы оценки эффективности мерчандайзинга | 133 |
| Гурова Л.Н., Щеулина Е.А. Влияние инфляции на бухгалтерскую (финансовую) отчетность | 138 |
| Двойникова С.С. Автоматизация в аудите как главный тренд 2021 года | 141 |
| Дедаева К.А. Аудиторская проверка методов внутреннего контроля по учёту расчётов с поставщиками и подрядчиками | 145 |
| Демченко Д., Денисова Е., Сенькина Д. Профессии будущего | 148 |
| Донченко Т.Г. Преимущества и недостатки ведения электронной отчетности | 152 |
| Дубинина Т.О. Изменение порядка приёма на работу | 154 |

| | |
|---|-----|
| иностранных граждан в 2021 году | |
| Евсеева В. А. Принципы ведения бухгалтерского учета и составление финансовой отчетности организациями | 157 |
| Евстегнеева Е. А. Классификация и учет издержек обращения | 160 |
| Ежикова Ю. С., Базаева И. Н. Технология блокчейн как инструмент цифрового финансового учёта | 164 |
| Есянц Д. В. Бухгалтерский учет кредитов и займов | 167 |
| Жерновенкова Д.В. Роль бухгалтерского учета в современной экономике | 170 |
| Жиглова А.А., Калинина М.В. Оценка курса импортозамещения в России | 174 |
| Жукаускас В. В. Бухгалтерский учет как инструмент обеспечения финансовой безопасности организации | 179 |
| Загосеева Ю.С. Аудит финансовых вложений | 182 |
| Зенченко М. Начало пути России к международным стандартам в бухгалтерском учете | 186 |
| Зинченко А.Э. Современные методы управления затратами | 189 |
| Иванова К.О. Аудит налога на имущество организаций | 192 |
| Иванова Е.В. Эволюция маркетинга как концепции управления рынком и его переход | 195 |
| Иванова К.О. Нравственные основы профессии «бухгалтер» | 201 |
| Исаева Д. Д Конкурентоспособность молодёжи на рынке труда | 203 |
| Исаева Д. Д Event-маркетинг: сущность и задачи | 206 |
| Кабанова А.А. Бухгалтерский учёт в оптовой и розничной торговли | 209 |
| Кальмбах А.А. Современное состояние российского бюрократизма | 213 |
| Канаева Е.М. Понятие и состав бухгалтерской (финансовой) отчетности организации | 218 |
| Карлова Е.А. Четырехдневная рабочая неделя: тенденции и перспективы | 221 |
| Ким А.С. Основы качественного рекламного ролика для продвижения бизнеса | 224 |
| Коковцева В.Н. Аудит налогообложения | 226 |
| Коноплев Д.О. Мотивация персонала в современной организации | 230 |
| Коноплев Д.О. Роль спортивного маркетинга на международный рынок | 233 |
| Корчак А.Д. Правильность проведения инвентаризации | 235 |
| Костылева А.Д. Методы оказания помощи рынку труда в условиях демографического кризиса в РФ | 240 |

| | |
|---|-----|
| Кузина Я.Р. Современные теоретические и практические аспекты управления в Российской Федерации | 248 |
| Кулакова К.К. Бизнес в стиле фанк | 252 |
| Курохтина Н.В., Маренов Н.Д. Цифровая трансформация системы российского здравоохранения | 256 |
| Летов К.С. Управление дебиторской задолженностью хозяйствующего субъекта | 262 |
| Ломейко А.А., Рагель М.С. Основные факторы, влияющие на качество аудита | 264 |
| Лопаткина А.Н., Котова А.А. Удовлетворенность работой и контроль исполнения поручений | 267 |
| Майорова Е.С. Аудит финансовых результатов организации | 270 |
| Макосов Д. Н. Влияние пандемии на экономику России и перспективы выхода из финансового кризиса | 273 |
| Мельников П.М. Проблемы, с которыми сталкиваются современные маркетологи, и их решения | 275 |
| Мельникова А.В. Особенности налогообложения лизинговых операций | 279 |
| Митина Д.С., Моржов Е.Н. Сущность отличия особенностей личностных качеств предпринимателей разных типов от способностей обычных людей | 283 |
| Митина Д.С., Моржов Е.Н. Сущность влияния валового внутреннего продукта на эффективность финансирования и инвестиций коммерческих банков России | 287 |
| Мордвинов Н.И. Реструктуризация предприятий | 291 |
| Морозова Н. Р. Повышение эффективности управления рисками дебиторской задолженности организации | 295 |
| Московский Д.В. Аудит правильности заполнения отчёта о финансовых результатах | 299 |
| Назарова С. И. Переход на электронные трудовые книжки | 303 |
| Новикова Е.Р. Сравнительный анализ бизнес-процессов и контролей (бенчмаркинг) | 307 |
| Новикова Е.Р. Реформирование бухгалтерского учета в России в соответствии с международными стандартами | 310 |
| Нурмухамедова Л. Р. Учёт нематериальных активов | 313 |
| Онишко А.А Земельный налог | 317 |
| Панина М.Г. Приобретение жилья в жизненных планах студентов | 319 |
| Панченко И.Е. Управление качеством | 325 |
| Петухова Д.В. Кассовые операции и применение ККТ: требование законодательства, типичные нарушения и | 327 |

| | |
|---|-----|
| отественность за них | |
| Писанко К.Д. Аудит нематериальных активов | 333 |
| Пискунова С. Д., Ситнов Д. П., Анализ социально экономического развития Тульского региона. проблемы и пути их решения | 336 |
| Прилепская Е.О. Влияние COVID-19 на финансовую отчетность в России и мире | 341 |
| Рамоментьева Е.С. Поведение компаний потребителей ERP- решений в период пандемии | 345 |
| Реутова Е.А., Цветкова А.А. Перспективы развития нормативной базы по вопросам обеспечения экономической безопасности | 348 |
| Рикунова Е. И. Аутсорсинг в бухгалтерском деле | 353 |
| Рослякова О. А. Развитие таргетированной рекламы в социальных сетях | 358 |
| Салимова Х.А., Бабаян Г.Д. Справедливость изменения шкалы налогообложения Российской Федерации в 2021 году | 361 |
| Самсонова А.В. Аудит оборотных активов | 364 |
| Сандли М.Х. Современные аспекты экономики и управления | 368 |
| Саталкина А. В. Проблемы учета основных средств и пути решения в соответствии с МСФО | 371 |
| Саталкина А.В. Особенности бухгалтерского дела на малых предприятия | 375 |
| Сафронова К.А. Проблемы коммерциализации инновационных технологий | 378 |
| Сафронова К.А. Феномен «эйджизм» и его влияние на экономику | 382 |
| Сафронова П.А. Современное состояние бухгалтерского дела и направления его развития | 386 |
| Светличная А.П. Концепции менеджмента персонала | 388 |
| Свиридова Д.С. Преимущества и недостатки перехода на налоговый мониторинг | 392 |
| Семенович А. И. Аудит налогообложения в современной России | 394 |
| Синяева А.С. Страхование жизни и здоровья государственных гражданских служащих | 398 |
| Смачек Ю.В. Современные аспекты управления цепями поставок на металлургическом предприятии на примере ПАО «НЛМК» | 402 |
| Солдатова А. И. Аудит кредитов и займов | 408 |
| Солдатова А.И. К вопросу о финансовых результатах | 415 |

| | |
|--|-----|
| деятельности экономического субъекта | |
| Сорокина Н.Д. Аудит формирования уставного капитала и расчетов с учредителями | 418 |
| Старкова С.А. Бухгалтерский учет движения товаров в розничной торговле | 423 |
| Степнова С.А. Тренды smm-продвижения и их влияние на современный бизнес | 426 |
| Субботина А.А. Digital-реклама: потенциал возможностей и рисков | 428 |
| Суханова Л.А. Перспективы развития аудита в России | 433 |
| Суханова Л.А. Организация бухгалтерского дела для сокращения налоговых рисков | 437 |
| Суходолова Л. Р. Настоящее и будущее систем самообслуживания | 442 |
| Суходолова Л. Р. Реинженеринг бизнес-процессов, как инструмент эффективного функционирования предприятия | 445 |
| Тимохина Е.А. Управление финансами в условиях цифровизации экономики | 449 |
| Толстиков С.И. Методы продвижения продукции в интернете | 454 |
| Трегубова А.И., Фролова А.А. Роль региональных банков в цифровизации экономики | 457 |
| Трегубова А.И., Фролова А.А. Стратегия инновационного развития Тульской области | 462 |
| Трушкина С.О. Некоторые аспекты составления плана аудита основных средств | 467 |
| Трушкина С.О. Морально-этические качества специалиста в области бухгалтерского учета | 472 |
| Федорова Д.О. Некоторые аспекты развития информационно-коммуникационных технологий в Республике Беларусь | 475 |
| Филиппович Р.М. Инфляционные процессы и антиинфляционная политика в России | 478 |
| Филочкова А., Фоменкова Д. Анализ функционирования организации в современных условиях | 483 |
| Фирсова П.А. Освобождение IT-компаний от налогообложения | 486 |
| Фокин М.Ю. Тайм менеджмент. эффективное использование времени | 488 |
| Харламова Н.С. Безработица среди молодежи в качестве социальной проблемы | 491 |
| Хмель В.А. Проблемы учета нематериальных активов | 494 |
| Христофорова Е.Д. Современная теория денег | 499 |

| | |
|---|-----|
| Чагин Д.А. Стратегическое преимущество инновационных компаний на примере компании TESLA | 503 |
| Чагина Э.Ф. Геймификация как современный способ управления персоналом на предприятиях | 505 |
| Чернышова А. О. Выставка как важный инструмент маркетинговых коммуникаций | 507 |
| Шмулик Т.В. Особенности бухгалтерского учета валютных операций | 511 |
| Щербатова В. Д. Приоритетные направления в области финансовой политики Оренбургской области | 515 |
| Юлин С.А Развитие логистики в России | 519 |
| Яременко М.В. Проверка методов внутреннего контроля по учету расчетов с поставщиками и подрядчиками | 522 |

Раздел «СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»

Александрова А. С.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефёдова С. В.

Тулский филиал Финуниверситета

КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ОРГАНИЗАЦИИ, ИХ ОТРАЖЕНИЕ В БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Капитал можно считать неотъемлемой частью бухгалтерского учёта. Это показатель в бухгалтерском балансе, который дает представление о размере компании, успешности ее развития и, в сочетании с другими показателями, о ее финансовом состоянии.

Капитал – это имущество, которое принадлежит компании, созданное за счет собственных средств. Без капитала невозможно функционирование компании, организация ее производственной и коммерческой деятельности. [2, с. 17]

Руководство компании должно иметь четкое представление об источниках, за счет которых она будет работать, и о том, куда инвестировать свой капитал.

Обязательства — это задолженность организации на отчетную дату, возникающая в результате завершения ее хозяйственной деятельности и причин оттока активов. Обязательство может возникать как в результате действия контракта, так и в связи с обычаями делового оборота.

Погашение обязательств обычно связано с оттоком соответствующих денежных средств или передачей других активов.

Компенсация обязательств может также принимать форму замены одного вида обязательств другим, преобразования обязательств в капитал или аннулирования требований кредиторов.

Обязательства организации классифицируются по некоторым критериям: субъектам, типам, срокам. При классификации субъектов необходимо проводить различие между обязательствами перед владельцем организации и обязательствами перед третьими сторонами.

Разделение обязательств на уставный и заемный капитал имеет большое практическое значение с точки зрения срочности их погашения. [1, с. 22] Обязательства, составляющие капитал, не подлежат возмещению в течение деятельности организации, долговые обязательства заемного капитала должны быть погашены вовремя. В связи с срочностью обязательства по возврату третьим лицам делятся на долгосрочные, более 12 месяцев, и краткосрочные, менее 12

месяцев.

Есть точные и оцениваемые обязательства. Точные - сумма компенсации будет известна заранее. Оцениваемые - размер компенсации заранее не известен, он определяется с учетом реальных обстоятельств.

Бухгалтерский отчет — это база данных организации, к которой внутренние и внешние пользователи могут получить доступ для использования необходимой им информации.

Бухгалтерская отчетность — это набор данных об активах, финансовом положении и результатах деятельности организации за определенный отчетный период. Информация предоставляется по формам, установленным в виде таблиц. Бухгалтерские отчеты объединяют в себе все виды бухгалтерской информации и являются завершающим этапом бухгалтерского учета

Представители профессиональных организаций по выпуску экономических прогнозов и информационных агентств полагаются на данные бухгалтерского учета, что в конечном итоге влияет на формирование общественного мнения об экономических процессах, происходящих в стране в целом.

Исследуя и анализируя финансовую отчетность, сотрудники организационного управления компании получают данные, которые позволяют им грамотно и эффективно осуществлять стратегическое управление компанией: возможности защиты и увеличения капитала, обеспечение существующих обязательств активами, прибыльность, ликвидность.

Сотрудники компании должны оценивать организацию с точки зрения стабильности, возможностей получения более высокой заработной платы, социальных гарантий, льгот и пенсионных выплат. Таким образом, бухгалтерская отчетность является важной основой для подготовки и анализа отчетов по разным причинам и целям, оценивая эффективность экономической и финансовой деятельности по всей стране.

Бухгалтерский учет, составляемый в отчетном периоде на основании данных бухгалтерского учета по установленным формам, представляет собой имущественно-финансовую систему данных организации и результаты ее деятельности.

Отчетный период — это период, в течение которого организация должна подготовить бухгалтерскую отчетность в соответствии с нормативными актами или для удовлетворения внутренних потребностей.

Руководство предприятия должно четко представлять, за счёт

каких источников оно будет осуществлять свою деятельность и куда вкладывать свой капитал. От того, каким капиталом располагает субъект хозяйствования, насколько оптимальна его структура, насколько целесообразно он используется, зависит финансовое благосостояние предприятия и результаты его деятельности.

Список литературы

1) Кыштымова Е.А. Бухгалтерский учет. Сборник задач [Электронный ресурс]: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2018. с. 208. <https://znanium.com/catalog/document?id=372297>

2) Ферова И.С., Кузьмина И.Г. Корпоративные финансы [Электронный ресурс]: учебное пособие. Красноярск.: СФУ, 2016. с. 148. <https://znanium.com/catalog/document?id=328456>

Алиева С.Э.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тулский филиал Финуниверситета ПРОЦЕСС ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Раньше человечеству приходилось пользоваться интернетом в ограниченных количествах, приходилось платить за каждый килобайт и стоило это недешево. Сейчас же всемирная паутина Интернета находится на очень высоком уровне развитости. Сегодня люди заказывают еду через сеть интернета, покупают билеты в кинотеатры или на самолеты, пользуются многими услугами, которые облегчают им жизнь и дают возможность не тратить силы и время на бытовые нужды. Но помимо удобства развитость сети Интернет дает множество возможностей. Для маркетологов это создало новую эру продвижения товаров и услуг в массы. 1,66 миллиардов пользователей делают покупки онлайн каждый год, а 78 % пользователей Интернета проводят исследование продукта в режиме онлайн [1, с. 24].

На сегодняшний день одним из самых обсуждаемых явлений в российской экономике является перевод ее в цифровое русло, иначе говоря – создание «цифровой экономики».

«Цифровая экономика – это хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг». Такое определение дает «Стратегия развития информационного

общества РФ на 2017 – 2030 годы» [5, с. 473].

Технологии цифровой экономики обширны, обеспечивают массу возможностей для развития общества. Однако они повышают конкуренцию среди предприятий и организаций. Поэтому, осуществляя предпринимательскую деятельность в условиях цифровой экономики, целесообразно ориентироваться на принципы маркетинга, который был «изобретен» как средство, обеспечивающее победу организаций в условиях конкурентного рынка [2, с. 199].

Цифровой маркетинг по своей сути является продвижением товаров или брендов через одну или несколько форм электронных средств массовой информации (СМИ). Цифровой маркетинг отличается от традиционного тем, что включает в себя использование каналов и методов, которые позволяют хозяйствующему субъекту анализировать проводимые маркетинговые мероприятия и оценить правильность работы. При этом все эти действия и процедуры происходят, как правило, в режиме реального времени [4, с. 140-141].

Цифровой маркетинг – это комплексный подход к решению бизнес задач через любые доступные маркетинговые инструменты, используемые для обозначения таргетивного и интерактивного маркетинга товаров и услуг, использующего цифровые технологии для привлечения потенциальных клиентов и удержания их в качестве потребителей. Отличие цифрового маркетинга от интернет-маркетинга – формат взаимодействия с аудиторией, способы сбора и передачи данных, каналы и инструменты продвижения [6, с. 517].

Каждый год цифровой маркетинг распространяется стремительными темпами: большая часть жизни людей проходит в онлайн, поэтому необходимо налаживать контакты с потребителями в данной среде. Этим целям и служит цифровой или digital-маркетинг.

Классически к инструментам цифрового маркетинга относят:

- Интернет маркетинг: SMM, Email-маркетинг, локальная сеть, вебсайты, мессенджеры, SERM, Яндекс, Google, SEO, CRM, контекстная реклама, реклама на площадках, блоги, справочники, сайты-агрегаторы.

- PR, Связь с общественностью: новости, пресс-релизы, публикации, подкасты, обзоры, рейтинги, аналитика в сети, блогеры, Web-конференции, веб-каналы.

- Интерактивные экраны (меню, компьютеры и планшеты, терминалы самообслуживания, кассы, POS терминалы, цифровое ТВ).

- Мобильная сфера, мобильная связь (SMS), WEB (приложения и реклама внутри приложений), гаджеты (Apple watch), игровые консоли, QR-код.

- Программа лояльности, бонусы за пользование продуктов/услугой.

- Геймофикация.

- Партизанский маркетинг, вирусный маркетинг, сарафанное радио и др.

Для того, чтобы грамотно внедрить цифровой маркетинг в деятельность предприятия, необходимо придерживаться определенной стратегии, речь о которой пойдет далее. В изученной научной литературе отсутствует четкая инструкция по запуску цифрового маркетинга, поэтому нами была проделана большая работа по систематизации информации для формирования пошаговой процесса внедрения цифрового маркетинга на предприятии, состоящего из следующих шагов.

Шаг 1: Формирование целей цифрового маркетинга.

Начать внедрение цифрового маркетинга необходима с ответа на вопрос: «Для чего все это необходимо, какой положительный эффект даст внедрение цифрового маркетинга?». Например, Вы проводите детские утренники и хотите с помощью соц. сетей найти новых клиентов. Когда стало понятно, для чего Вам digital-маркетинг, можно приступить к постановке целей.

Для того чтобы правильно сформулировать цель, необходимо опираться на такие критерии, как конкретность, измеримость, достижимость, актуальность, ограниченность (формирование цели по SMART).

Самое главное условие при формировании целей – это соответствие маркетинговых целей фундаментальным целям бизнеса. Например, если цель бизнеса состоит в том, чтобы увеличить онлайн-доход на 20%, цель маркетингового отдела может состоять в том, чтобы создать на 50% больше лидов через веб-сайт, чем в предыдущем году, чтобы внести свой вклад в этот успех. Этот шаг является определяющим, т.к. от него зависит, какие инструменты будут выбраны, какими каналами цифрового маркетинга будет пользоваться компания и т.д.

Шаг 2. Анализ существующих активов.

На этом этапе необходимо проанализировать цифровые активы, которыми владеет бренд или компания - будь то сайт, профили в социальных сетях, блог или что-то другое. Анализируется количество посетителей сайта, страницы, вовлеченность пользователей, т.е. то, насколько активно они взаимодействуют с сайтом, сколько постов комментируют в соц. сетях, как ставят лайки и т.п. Для этих целей существуют специальные сервисы, которые систематизируют все эти данные и выводят общий итог эффективности работы цифровых ресурсов компании. Данный анализ позволяет понять текущее положение дел и определить начальную точку, откуда будет строиться цифровой маркетинг компании.

Шаг 3. Определение целевой аудитории.

На данном этапе определяются именно те потенциальные потребители, на которых и нацелена интеграция бизнеса с digital. Если компания занимается реализацией услуг в офлайн, то первый шаг в выяснении того, кто является целевой аудиторией, – это определить, кто уже использует товары или услуги компании в офлайн-среде.

Анализ социальных сетей может быть отличным способом заполнения пробелов в анализе клиентов: это может помочь понять, кто взаимодействует с социальными учетными записями компании, даже если эти люди еще не являются клиентами. Для каждой соц. сети существует широкий инструментарий, позволяющий проанализировать своих подписчиков. Более того, многие социальные сети, например Instagram, имеют встроенные инструменты для анализа целевой аудитории профиля компании. Также с помощью анализа конкурентов, которые представлены в интернете, можно изучить потенциальных клиентов своей компании.

Шаг 4. Формулировка уникального торгового предложения (стратегии рекламирования УТП).

УТП – это одна или несколько характеристик продукции или услуги, которые выделяют товары бренда на рынке среди аналогичных. Для покупателей и клиентов УТП можно расшифровать следующей фразой: «Почему я должен это купить?». Задача маркетолога с помощью ценностного предложения «достучаться» до целевой аудитории. Для определения своих сильных сторон очень важно знать свою целевую аудиторию. От портрета потребителя во многом и зависит выбор УТП. Например,

если продукция компании позиционируется как бюджетная, то и в рекламной кампании необходимо делать на это акцент.

Шаг 5. Выбор каналов и инструментов продвижения.

На данном этапе необходимо провести анализ того, что уже есть и применяется в работе, а также выявить каналы, которые еще только предстоит задействовать. Выбор каналов и инструментов должен основываться на выбранных целях, т.к. разные инструменты могут быть эффективны для разных задач.

К основным инструментам digital-маркетинга относят:

1. Контент-маркетинг (публикации на тематических ресурсах, в собственном блоге и др.);
2. Email-маркетинг (рассылки, которые также могут являться частью контентмаркетинга);
3. SMM (продвижение групп в социальных сетях);
4. Таргетированная реклама в социальных сетях;
5. Контекстная реклама;
6. Медийная реклама;
7. SEO (продвижение сайта в поисковых системах);
8. Партнерские программы;
9. Сайт компании;
10. Аудио и видео-реклама (реклама в подкастах, онлайн-радио и др.);
11. Мессенджер-маркетинг (рассылки в мессенджерах WhatsApp, Viber и других, а также чат-боты) [3, с. 54].

Шаг 6. Подготовка контента и формирование контент-плана.

Основываясь на результатах прошлых этапов, необходимо составить план создания содержания выбранных каналов с указанием контента, который необходим для достижения поставленных целей. Это может быть простая электронная таблица, которая должна содержать информацию о бюджете, если компания планирует аутсорсинг создания контента, или оценку времени, если компания производит его самостоятельно. Пример контент-плана представлен на рисунке.

Создание контента – очень важный этап, который должен быть тщательно продуман. Контент должен быть направлен на целевую аудиторию, а, следовательно, должен создаваться человеком, который хорошо знает аудиторию и четко понимает, какую информацию необходимо ей предоставить для максимального эффекта. Также высокую планку к контенту задают поисковые системы. В 2021 году высоко котируются те сайты, контент на которых был написан профессионалами в исследуемой теме.

Поэтому просто найти копирайтера на бирже в сети интернет недостаточно: необходимо найти специалиста, который будет знать, о чем пишет, или иметь такого специалиста в штате компании.

Шаг 7. Расстановка задач по приоритетности.

На данном этапе необходимо распределить задачи, ответственных, сроки выполнения, а также подсчитать примерный бюджет для запуска цифровой стратегии.

Шаг 8. Разработка системы оценки промежуточных результатов (ключевых показателей эффективности (KPI)).

Существует множество KPI, но не все они универсальны. То, что хорошо для маркетолога из одной компании, может совершенно не соответствовать целям другой компании. Если будут выбраны неправильные критерии эффективности, то все расчеты будут напрасными. Хороший показатель KPI - как компас, он помогает понять, правильно ли движется компания к достижению целей. Например, если цель – привлечь и сформировать круг клиентов, то в качестве KPI можно выбрать:

- количество посетителей сайта;
- количество лидов;
- стоимость лида;
- окупаемость инвестиций в рекламную кампанию.

Выбор ключевых показателей эффективности для digital-маркетинга – процесс, требующий изначального анализа деятельности компании, постановки четких задач и целей, определения портрета потребителей и множества других данных.

Шаг 9. Проведение анализа осуществленной работы и в случае необходимости внесение изменений.

Именно в последнем этапе и заключается вся сущность digital-маркетинга: регулярный анализ, корректировка, устранение проблемных, неэффективных мест и работа над совершенствованием стратегии.

Таким образом, в данной статье мы рассмотрели все этапы внедрения digital-маркетинга в деятельность предприятия. В заключение можно сказать, что для реализации цифрового маркетинга необходимо: проводить оперативные анализы и на основе их принимать решения управленческого характера; отслеживать изменения в поведении потребителей, их вкусы, моду, предпочтения, развивать тенденцию информационно-коммуникационных технологий; формировать систему взаимодействия с клиентами с использованием офлайн- и онлайн-каналов.

Список литературы

1. Бутенко Е.Д., Черников И.С. Инфраструктура цифровой экономики: цифровой маркетинг // Вестник Северо-Кавказского федерального университета, 2020. С. 23-37
2. Грудистова Е.Г. Развитие цифровых компетенций и цифрового маркетинга как средство обеспечения конкурентоспособности экономических субъектов // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: политические, социологические и экономические науки, 2020. С. 195- 204
3. Лужнова Н.В., Белашов Д.В. Процесс внедрения цифрового маркетинга в деятельность предприятия // Оренбургский государственный университет 2021. С. 53-56
4. Москалев С.М. Внедрение цифрового маркетинга в деятельность отечественных товаропроизводителей // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета, 2018. С. 140-143
5. Ометова Д.А. Реклама в реалиях цифровой экономики: цифровой маркетинг // Вопросы студенческой науки, 2019. С. 473-477
6. Швецов М.А. Проблемы цифровизации бизнес-процессов на примере внедрения инструментов цифрового маркетинга // Актуальные вопросы экономики и социологии, 2019. С. 516-521

Анфилатова А.А.

Научн. рук.: преподаватель ВКК, Донкова Н.В.

Красноярский филиал Финуниверситета

РАЗВИТИЕ ПРОЦЕДУРЫ БАНКРОТСТВА ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В настоящее время активно развивается процедура банкротства физического лица. Банкротством является процедура, способствующая освобождению от задолженности законным способом. Известно, что причинами банкротства физического лица могут выступать тяжелые жизненные ситуации, например, смерть близкого человека, болезнь, а также потеря работы. В некоторых случаях, единственным способом освобождения от долгов и выхода из непосильной ситуации является оформление банкротства. [7]

Регулирует данную процедуру с 2015 года Федеральный закон №127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)». Согласно закона, граждане, не способные выплачивать долги кредиторам, могут объявить себя банкротами, иными словами, освободиться от денежных обязательств. [1]

Основными видами задолженности являются: налоги, банковские

кредиты, микрозаймы, штрафы, оплата услуг ЖКХ.

В Федеральном законе прописываются следующие условия физического лица: общая сумма задолженности составляет более 500 тысяч рублей, имеется просроченная задолженность по обязательствам в течение 3 месяцев.

На сегодняшний день существует два способа оформления банкротства – через суд или во внесудебном порядке.

Стоит отметить, оформление процедуры банкротства во внесудебном порядке – это нововведение закона, вступившее в силу с 01 сентября 2020 года.

Для оформления внесудебного банкротства должник должен иметь задолженность не менее 50 тысяч рублей.

Более подробно остановимся на каждой процедуре.

Что касается оформления банкротства через орган государственной власти, при рассмотрении дел обязательно должен присутствовать финансовый (арбитражный) управляющий. Считается, что именно он регулирует денежные средства должника, при этом защищая его интересы. К тому же, одной из задач арбитражного управляющего является удовлетворение нужд кредиторов за счет реализации имущества лица, в отношении которого проводится процедура банкротства. [6]

Как отмечают специалисты, правом оформления банкротства во внесудебном порядке могут пользоваться те, у кого в прошлом официально не было имущества и доходов для исполнения своих законных обязательств, а потому исполнительное производство было завершено актом о невозможности взыскания.

Немаловажен тот факт, что сама процедура внесудебного банкротства длится на протяжении шести месяцев. На этот период приостанавливается исполнение исполнительных документов по имущественным взысканиям.

По истечении шести месяцев арбитражный управляющий обязан включить в ЕФРСБ информацию о завершении процедуры банкротства. Именно с этого момента гражданин освобождается от обязательств перед кредиторами.

Известно, что оформление внесудебного банкротства не избавит гражданина долгов, которые появились во время оформления процедуры внесудебного банкротства, а также от долгов по выплате заработной платы и алиментов.

Теперь следует проанализировать статистические данные по банкротству физических лиц в период 2019-2020 гг.

Согласно данным «Федресурс», в сентябре 2020 года в МФЦ

поступило почти 1,9 тыс. обращений, но на рассмотрение попало меньше 400, закончить процедуру удалось 73,8% заявителей. [3]

С 1 сентября по 8 декабря 2020 года в МФЦ обратились 5313 человек, желающих оформить внесудебное банкротство. Из них процедуру начали только по 1387 заявлениям, при этом 3926 обращений были возвращены заявителям.

Как сообщает РБК, с сентября по декабрь 2020 года наибольшее число обращений в МФЦ для внесудебного банкротства отмечалось Санкт-Петербурге, Москве, Алтайском крае, Тюменской и Ленинградской областях. [2]

Известно, в 2020 году физические лица написали свыше 157 тысяч заявлений о признании себя банкротами, что почти на 64% больше, чем в 2019 году. Возможно, увеличение количества заявлений обусловлено принятием гражданами процедуры банкротства действующим инструментом урегулирования неплатежеспособности должника.

По данным Объединенного кредитного бюро, число потенциальных банкротов – физических лиц, чья просроченная задолженность перед банками превышает 500 тыс. рублей и составляет более 90 дней, за 2020 год увеличилось на 224 тыс. человек и в октябре 2020 года достигло 1,12 млн человек. Суммарная задолженность граждан перед кредитными организациями составила 1,5 трлн рублей, что на 250 млрд больше, чем в октябре 2019 года. [5]

Нельзя оставить без внимания тот факт, что физические лица недостаточно активно используют механизм внесудебного банкротства, возможно, это можно объяснить тем, что внесудебное банкротство – принципиально новый институт в российском законодательстве.

К тому же, как отмечает президент НАПКА, Эльман Мехтиев, низкое количество банкротств по упрощенной схеме обусловлено недостаточной осведомленностью населения о возможностях новой практики.

Тем не менее, в 2020 году, в разгар пандемии коронавируса, в России произошел всплеск личных банкротств, суды признали несостоятельными более 119 тыс. граждан, что на 72,6% больше по сравнению с 2019 годом. [8]

Согласно ведомственной статистической отчетности, в России в 2020 году окончили и прекратили 255 676 исполнительных производств в отношении физлиц, направлявших заявления о признании их несостоятельными.

Нельзя не сказать о том, что процедура банкротства физических

лиц остается актуальной и на момент 2021 года.

Для проведения процедуры банкротства по инициативе должника теперь необходимо выполнение следующих условий, которые, в свою очередь, свидетельствуют о неплатежеспособности гражданина: сумма долгов по кредитам, налогам и штрафам с учетом пени больше, чем стоимость имущества должника; должник перестал платить по финансовым обязательствам; официального дохода гражданина не хватает на то, чтобы вносить хотя бы 10% от обязательных ежемесячных платежей по кредитам.

Кроме того, обязательно должны выполняться следующие требования: должник является добросовестным заемщиком и пытается своими усилиями решить проблему с кредиторами; должник не скрывает свои доходы или имущество; должник работает или пытается трудоустроиться.

По данным «Федресурса», на 29 марта 2021 года заявления на оформление процедуры банкротства подали около 8,7 тыс. граждан, но только 2,6 тыс. из них ожидают завершения процедуры. При этом, известно, что в России числятся 283 человека, которые прошли упрощенную процедуру банкротства. Это 14,5% от подавших заявки с начала действия процедуры. [3]

По статистике Центрального Банка, на 1 марта 2021 года задолженность физических лиц перед коммерческими банками составляла 20,8 трлн рублей, а объем просроченных кредитов был на уровне 976 млрд рублей. [9]

Согласно данным банка «Открытие», за первые три месяца 2021 года число физических лиц, в отношении которых инициирована процедура банкротства, увеличилось вдвое. При этом, несмотря на общую тенденцию роста, всплеск банкротств не фиксируют в Промсвязьбанке, ВТБ и Росбанке.

Как сообщает ТАСС, число граждан, признанных банкротами за первый квартал 2021 года составило 40, 57 тыс., что на 81,5% больше, чем за аналогичный период 2020 года. [4]

На конец апреля 2021 года процедура банкротства физических лиц уже завершена в отношении 612 человек, в совокупности им списали почти 214 млн рублей.

Стоит отметить, с момента введения внесудебного банкротства граждан в сентябре 2020 года по март 2021года начато 2,989 тысяч дел.

Между тем, как сообщают эксперты консалтинговой компании GRM, в 2021 году возможно увеличение количества заявлений о признании физических лиц банкротами до 260 тысяч, что на 65%

больше по сравнению с предыдущим годом. Таким образом, можно утверждать, что статистические показатели в 2021 году возрастут по сравнению с данными 2020 года.

Нужно сказать, что за всё время существования процедуры банкротства физических лиц, с октября 2015 года по март 2021 года, обанкротились около 322,8 тысяч человек.

Резюмируя всё вышесказанное, можно смело говорить о том, что процедура банкротства физического лица пользуется спросом уже достаточное количество времени, при этом, остается актуальной и в настоящее время.

Список литературы

1. Федеральный закон "О несостоятельности (банкротстве)" от 26.10.2002 N 127-ФЗ в редакции от 30.12.2020 (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.01.2021);

2. Официальный сайт ведущей российской компании «Росбизнесконсалтинг». Электронный доступ: <https://www.rbc.ru/>

3. Официальный сайт Единого федерального реестра юридически значимых сведений о фактах деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и иных субъектов экономической деятельности. Электронный доступ: <https://fedresurs.ru/>

4. Официальный сайт Информационного агентства России «ТАСС». Электронный доступ: <https://tass.ru/>

5. Официальный сайт Объединенного кредитного бюро. Электронный доступ: <https://bki-okb.ru/>

6. Официальный сайт первой социальной сети для юристов. Электронный доступ: <https://zakon.ru/>

7. Официальный сайт портала государственных услуг Российской Федерации. Электронный доступ: <https://www.gosuslugi.ru/>

8. Официальный сайт финансового супермаркета. Электронный доступ: <https://finance.rambler.ru/>

9. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации. Электронный доступ: <https://cbr.ru/>

Афанасьева А.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тулский филиал Финуниверситета АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АУДИТА БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ

Когда руководителю организации необходимо проверить документы, относящиеся непосредственно к деятельности его предприятия на достоверность и соответствие законодательству,

проводится независимая проверка — аудит.

Существует несколько видов аудиторских проверок.

Обязательной аудиторской проверке подлежат следующие виды организаций:

- компании с организационно-правовой формой ОАО, ПАО;
- если организация представляет и (или) раскрывает сводную (консолидированную) бухгалтерскую отчетность;
- предприятия, чьи ценные бумаги допущены к тендерам;
- организации с определенным видом деятельности (это кредитные, страховые, компании-участники рынка ценных бумаг, СПО, и т.д.);
- организации, объем выручки которых превышает 400 000 000,0 руб. или сумму активов больше 60 000 000 руб. (за год, предшествующий отчетному) и т.д.

Для этих организаций аудиторская проверка - это стандартная процедура, проходить которую нужно ежегодно. Аудиторская деятельность и полный подробный перечень организаций, подлежащих обязательной аудиторской проверке регулируются Федеральным законом «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 N 307-ФЗ (последняя редакция).

На деятельность индивидуальных auditors и аудиторских фирм также распространяются федеральные правила (стандарты), утвержденные приказами Минфина и постановлениями Правительства РФ, документы, одобренные Советом по аудиторской деятельности.

Обязательный аудит — непростая и объемная процедура, состоящая из нескольких этапов.

За отсутствие обязательного аудита законодательством предусмотрены следующие взыскания:

- штраф за непредставление в срок аудиторского заключения в статистику (ст. 19.7 КоАП РФ, письмо Росстата от 04.12.2017 № 04-4-04-4/136-СМИ):

для юридических лиц — от 3 000 до 5 000 руб.;

для должностного лица — от 300 до 500 руб.;

- штраф за отсутствие аудиторских заключений за прошлые годы для должностного лица от 5 000 руб. до 10 000 руб. (примечание 1 к ст. 15.11 КоАП РФ).

Инициативный аудит может осуществляться в некоторых ситуациях: кредитование в банках, необходимость принятия участия в конкурсных торгах, желание руководителей предприятий уменьшить налоговые риски, проверка квалификации бухгалтерского отдела, подготовка отчета для потенциального инвестора.

Он может проводиться по желанию руководителя фирмы, ее собственников или других заинтересованных лиц.

Инициативный аудит является наиболее «молодым» видом аудиторских проверок: он получил обширное распространение, когда в отечественной экономике начался процесс стремительной адаптации новейших западных технологий к условиям российского рынка. Инициативный аудит указывает на индивидуальное стремление владельца либо управляющего понимать, что указанная в отчетности информация о финансовом состоянии и хозяйственной деятельности предприятия является надежной и достоверной. Подобная информация может помочь принять верные управленческие решения. Коэффициенты, расчеты и значения, полученные проверяющими в результате аудита дают подробное описание ситуации, сложившейся за проверяемый период, эти данные необходимы для выстраивания грамотной стратегии развития организации.

Наказания за отсутствие проверок или их недостаточную регулярность отсутствуют, нет и жестких требований по устранению выявленных нарушений. Проверку можно проводить в любое время, используя те методы сбора информации, которые удобны аудиторам и руководителю организации.

Так же, аудиторские проверки можно разделить на внутренние и внешние проверки.

Внешний аудит - это осуществление аудиторской деятельности независимым аудитором или специализированной организацией. Заказчиками могут выступать собственники, акционеры, инвесторы, кредитные учреждения и государственные органы.

Внутренние проверки проводятся специальным (аудиторским) отделом или внутренним аудитором, находящимся в штате организации. Многие до сих пор считают, что это и есть единственное отличие внутреннего аудита от внешнего. Но, если внимательнее изучить Информацию Минфина № ПЗ-11/2013 «Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности», то можно понять, что эта точка зрения не верна.

Во-первых, внутренний аудит может осуществляться внешними специалистами.

Во-вторых, содержание и суть внутреннего аудита во многом отличается от внешнего. Задача внутреннего аудитора – определить те риски, которые могут возникнуть в ближайшее время, а так же в будущем (они могут быть связаны как с внутренними, так и с

внешними причинами); просчитать вероятность их возникновения; выделить из них те, к которым бизнес менее устойчив и свести их к минимуму.

При этом деятельность внутреннего аудитора не заканчивается бухгалтерскими документами, правилами ведения кадровой политики и юридическими вопросами, он касается всех сфер деятельности организации.

Экономические последствия пандемии коронавируса уже находят свое отражение в финансовой отчетности компаний за 2020 год и могут существенно повлиять на отчетные периоды 2021 года.

COVID-19 стал настоящим шоком для мировой экономики, однако - по мнению многих финансистов - шоком все же временным. При этом нестабильная экономическая ситуация некоторых стран на данный момент сохраняется, что имеет последствия и для организаций-составителей отчетности, и для их аудиторов.

В то же время некоторые фирмы и аудиторы сталкиваются с практическими трудностями подготовки финансовых отчетов и проведения аудита по ним, в том числе в плане ограничений на перемещение, проведение встреч и доступа к документам проверяемых организаций, может прямо сказаться на выполнении аудиторскими компаниями своих обязанностей. Вероятно, что в ближайшее время придется в качестве временной меры выработать альтернативные способы сбора и обработки данных.

Министерством финансов России были опубликованы Информационное сообщение от 30.03.2020 № ИС-аудит-32 и Письмо от 07.04.2020 № 07-02-09/27403, которыми допускается возможность ведения аудиторской деятельности и выдачи аудиторских заключений при условии соблюдения требований Международных стандартов аудита и с учетом определенных факторов.

Сейчас значительно возросли обычные аудиторские риски, а также возникли новые аудиторские риски. Вот что аудиторы должны учесть при проверке:

- принадлежность клиента к пострадавшим отраслям;
- влияние ситуации на соблюдение аудируемым лицом принципа непрерывности деятельности;
- высокий уровень неопределенности в развитии экономической ситуации;
- сложность внутреннего контроля качества работы из-за дистанционного общения членов аудиторской группы между собой и с другими коллегами, из-за виртуального доступа к аудиторским файлам;

- необходимость пересмотреть оценку рисков и ответные действия.

При этом аудитору необходимо соблюдать все утвержденные нормативно-правовые акты и Международные стандарты аудита.

Если в исключительных обстоятельствах аудитор счел необходимым отступить от выполнения того или иного значимого требования конкретного стандарта, аудитор должен выполнить альтернативные аудиторские процедуры.

В сложившейся ситуации аудиторам необходимо поддерживать тесный (хоть и дистанционный) контакт с представителями клиентских организаций, потому что на той стороне также должны иметь четкое представление относительно ожиданий своих аудиторов по поводу раскрытия информации о рисках COVID-19.

Организациям сегодня следует очень внимательно отнестись к анализу уникальных обстоятельств и рисков, с которыми они столкнулись, потому что это необходимо, чтобы правильно оценить последствия для финансовой отчетности. Как самый очевидный пример, раскрытия в финансовой отчетности должны содержать существенную информацию, связанную с коронавирусом.

При этом нужно также понимать, что в сложившихся особых обстоятельствах аудиторам может потребоваться дополнительная помощь и дополнительное время на то, чтобы провести свою работу в соответствии со всеми аудиторскими стандартами.

Список литературы

1. Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 № 307-ФЗ Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83311/
2. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации Режим доступа: <https://www.minfin.ru/ru/>
3. Бухгалтерский учет. Налоги. Аудит Режим доступа: <https://www.audit-it.ru/>
4. Правовая система ГАРАНТ Режим доступа: <https://www.garant.ru/>

Ахмедова Е.И.,

Научн. рук.: докт. экон. наук, доц. Поляков В.А.

Тульский филиал Финуниверситета
**МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ**

На текущий момент мы живем в капиталистическом мире с большим избытком товаров и услуг, где в настоящий момент

практически невозможно предоставить что-то уникальное для обеспечения спроса. Соответственно для того, чтобы лидировать на рынке, необходимо обладать информацией как о конкурентах, так и о потребителях, чтобы в необходимый момент предложить нужный товар соответствующего качества и цены. Обеспечить необходимой информацией представляется возможным с помощью маркетинговых исследований.

Под маркетинговыми исследованиями понимают сбор, фиксацию, анализ и проведение классификации информации о субъектах рынка (организаций, потребителей), их поведении, стимулах в деятельности. [10] Целями проведения маркетинговых исследований является реализация маркетинговых стратегий, определение нужд как потребителей, так и конкурентов, удовлетворение участников рынка. Задача маркетинговых исследований заключается в получении прибыли за счет продвижения товара, что обеспечивается своевременным предоставлением точной и объективной информации, отражающей истинное состояние организации и рынка. [8] Маркетинговые исследования являются источником достоверной информации, помогающей увязывать маркетинговую стратегию организации с внешними факторами, что особенно важно в условиях высокой конкуренции и растущей цены управленческих ошибок. [5]

Под «методом» понимают совокупность общих принципов и правил действия для достижения цели. Непосредственно в маркетинговых исследованиях существует своя методология сбора, анализа и предоставления информации. К методам маркетинговых исследований относят:

1. Обще направленные методы включают в себя системный анализ (с помощью данного анализа проводится анализ рынка в общем контексте взаимосвязей между субъектами и воздействия влияния внешних факторов, что позволяет подготовить информацию для управленческих решений), комплексный анализ (применяется для прогнозирования проявления различных рыночных ситуаций, что позволяет заранее спланировать собственный план действий), программно – целевое планирование (применяется для планирования маркетинговой стратегии); [7]

2. В аналитико – прогностические методы входят: линейное прогнозирование (помогает выбрать из нескольких возможных вариантов оптимальный по уровням издержек, затрат и прибыли), комплексное прогнозирование (с помощью комплексного прогнозирования создается система прогнозов, затрагивающая обширный круг аспектов, влияющих на организацию), экономико –

статистические методы (применяется для выявления закономерностей и их взаимосвязей), экономико – математические методы (путем выражения через математическую символику и математические соотношения определяется эффективность деятельности участника рынка, направление маркетинговой деятельности), теория массового обслуживания (позволяет определить, в каком оптимальном порядке необходимо выполнять те или иные действия), теория связи (взаимосвязывает производственные мощности организации с товарными запасами и возможностями сбыта), сетевое планирование (определяет основные этапы, последовательность их выполнения, сроки реализации и затраты для конкретного проекта), теория вероятностей (позволяет заранее просчитать вероятность наступления события и на основании этого выбрать из множества альтернатив наиболее предпочтительный вариант), деловые связи (под деловыми связями понимают деловые игры, в ходе которых имитируется та или иная рыночная ситуация, что позволяет выработать наиболее эффективное управленческое решение). [2]

3. Методы из других сфер знаний включают в себя социологию, дизайн, психологию, этику, антропологию, экологию и др.

При проведении маркетинговых исследований необходимо устанавливать взаимосвязь между методикой проведения исследования и общим процессом с суммой всех его составляющих. Результат такого подхода будет выражаться в росте эффективности деятельности конкретной организации, а также возможности спрогнозировать перспективу возможностей других участников рынка. [3]

При рассмотрении маркетинговых исследований как процесса, можно выделить три этапа:

1. Выявление проблемы и цели исследования

Классификация целей маркетинговых исследований:

- экспериментальные – при постановке экспериментальных целей проводится проверка эффективности гипотез.

- поисковые – для достижения поисковых целей проводится поиск информации для выработки суждений и гипотез по конкретной ситуации.

- описательные – описательные цели ставятся для описания какого-либо явления. [1]

Маркетинговые исследования разделяют на:

- первичные (исходные данные, полученные для решения конкретной проблемы). Первичную информацию можно получить посредством наблюдения (за людьми, окружающей средой),

проведения эксперимента (применяется для определения реакции на изменения определенных факторов) и фокусирования (создание различных фокус – групп для обсуждения).

- вторичные (информация, ранее полученная для решения какой – либо проблемы, применимая к текущей). [6]

2. Вывлечение необходимости в проведении маркетинговых исследований:

- определение проблемы;
- формулирование целей;
- планирование исследования;
- выбор метода исследования.

Выбор и описание метода исследования проводится в обобщенном виде, как способ сбора и анализа информации

3. Обобщение полученных результатов и доведение их до руководства (заключительный отчет). [4]

В соотношении с текущей рыночной ситуацией маркетинговые исследования являются неотъемлемой частью любой организации, заинтересованной в получении прибыли и ориентированной на нужды потребителей, т.к. необходимо комплексно исследовать деятельность организации, рыночную ситуацию и определить условия, в которых обеспечивается удовлетворение спроса.

Список литературы

1. Абаев А.Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник. «Дашков и К», 2019. 433 с.

2. Соловьев Б.А. Маркетинг: учебник. М.: ИНФРА-М, 2017. 383 с.

3. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования: учебник М.: Магистр: ИНФРА-М, 2018. 512 с.

4. Лебедева О.А. Маркетинговые исследования рынка: учебник. М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2019. 192 с.

5. Басовский Л.Е. Маркетинг: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2017. 421 с.

6. Ребик Н.Н. Макркетинговые исследования: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2018. 160 с.

7. Белоцерковская Н.В. Маркетинговые инновации: подходы, виды, содержание и внедрение. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 06.05.2019)

8. Божук С.Г. Системное управление маркетинговым исследованием. [Электронный ресурс]: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.05.2019)

9. Козлова О.А. Современные подходы к маркетинговым

исследованиям рынка. [Электронный ресурс]: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.05.2019)

10. Кокова С.Ф. Совершенствование системы управления маркетинговыми исследованиями. [Электронный ресурс]: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.05.2019)

Бабашова Т. С.

Научн. рук.: докт. экон. наук. доц. Поляков В. А.

Тульский филиал Финуниверситета

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ КАК ЭЛЕКТРОННЫЕ МОДЕЛИ В ПРОДВИЖЕНИИ

С появлением Интернета у людей появились новые уникальные возможности: мгновенная передача информации, общение между людьми переросло из локального в многоканальное, управление бизнесом и продвижение могут осуществляться в разных частях мира. Интернет - это сложная сеть взаимосвязанных электронных средств, которые собирают, обрабатывают, накапливают, хранят и передают информацию, различные данные, аудио или видеосообщения. В наше время интернет служит посредником и в то же время проводником между реальным и виртуальным временем. Перерастание интернет-технологий в цифровые технологии свидетельствует о серьезных изменениях и развитии маркетинговых коммуникаций.

Несколько лет назад маркетинговые коммуникации были системой распространения и доставки информации, различной информации о продукте, услуге, бренде или компании потенциальным потребителям с использованием только традиционных инструментов, таких как реклама, связи с общественностью, продвижение и личные продажи, а теперь в настоящее время маркетинг использует коммуникацию и активно использует цифровые и электронные средства.

Маркетинг продвижения не стоит на месте, а движется вместе с различными технологическими изменениями благодаря электронной революции, которая способствует появлению новых уникальных и специфических средств воздействия на потребителя.

Появился новый термин-интернет-маркетинг, который актуализирует маркетинговые стратегии, открывает современные, интерактивные, виртуальные формы маркетинговой коммуникационной политики. Маркетинговая коммуникация с использованием Интернета теперь может влиять и выбирать важную аудиторию, индивидуализировать.

Интернет-маркетинг - это достижение маркетинговых целей с помощью интернет-технологий, например:

- создание сайтов
- поисковая оптимизация
- контекстная и медийная реклама

Интернет-маркетинг очень полезен для продвижения продуктов в Интернете, анализа спроса и предложения конкурентов, а в некоторых случаях и тестирования продукта, но это не связано с планированием производства, интернет для маркетологов - это прежде всего средство общения с заинтересованными сторонами. Интернет-маркетинг стремительно развивается и количество людей которые владеют им, использует его и извлекает из него выгоду для себя или для их бизнеса постоянно растущего и расширяющего границы.

Целью интернет-маркетинга является максимальное увеличение прибыли за счет пользователей интернета. Они могут самостоятельно искать и находить информацию, материалы и различные данные о компании, продукте, услуге и бренде, которые их интересуют.

В настоящий момент в маркетинге продвижения особое место занимает цифровой маркетинг или как его еще называют digital – маркетинг.

Цифровой маркетинг-это сочетание целевого и интерактивного маркетинга промышленных товаров и услуг, в котором используются современные цифровые технологии для привлечения потенциальных потребителей и сохранения существующей клиентской базы. Другими словами, можно сказать, что цифровой маркетинг - это любой метод и форма продвижения товаров и услуг.

Важнейшим элементом цифрового маркетинга является комплексный и комплексный подход к использованию цифровых технологий для продвижения бренда. Цифровой маркетинг характеризуется использованием всех каналов коммуникации для продвижения в сочетании друг с другом для достижения большей эффективности. При этом появляется возможность комбинировать цифровые и аналоговые методы продвижения продукта, а также возможность использования нетрадиционных методов продвижения продукта (например, реклама в видеоиграх на мобильных телефонах). Цифровой маркетинг включает в себя широкий спектр маркетинговых инструментов для продвижения продукции и увеличения рынка сбыта, например, помимо использования мобильных телефонов, традиционного телевидения и радио, цифровой маркетинг активно использует Интернет в качестве основного коммуникационного посредника. Одним из современных инструментов цифрового

маркетинга являются QR-коды, которые могут использовать потребители, чтобы перейти на корпоративные веб-сайты с помощью своих мобильных устройств.

Рассмотрим небольшой пример использования цифрового маркетинга. В 2012 году IKEA выпустила мобильное приложение, которое превратило стандартный бумажный каталог компании в интерактивную платформу. В результате приложение стало не только первым в мире брендированным приложением с количеством загрузок в 2012 году (6,2 миллиона), но и привлекло к каталогу в три раза больше внимания по сравнению с 2011 годом. Потом в 2017 году IKEA запустила свою рекламную кампанию: приложение Place, которое позволяет разместить мебель в интерьере, прежде чем её купить. Таким образом, с развитием цифровых технологий и ростом числа пользователей Интернета компаниям необходимо использовать современные инструменты цифрового маркетинга для продвижения своих продуктов.

Исходя из всего вышесказанного можно сделать вывод, что Интернет-маркетинг и цифровой маркетинг-это две парадигмы электронного маркетинга, без которых невозможно продвигать, создавать и улучшать свой бренд, продукт или услугу в наше время. Это две системы маркетинговой деятельности, которые не устаревают, а только совершенствуются, обновляются, меняются каждый день, дополняются новыми электронными и цифровыми технологиями, что позволяет получать, анализировать и использовать более своевременную, объективную, конкретную информацию.

Список литературы

1. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М.В. Акулич. М.: Дашков, 2016. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/541640>.
2. Вирин Ф.И. «Интернет маркетинг. Полный сборник практических инструментов» //-2017-с.11-27.
3. Ерохина Т. Б. Цифровой коммуникационный процесс в маркетинговых и логистических потребительских решениях // Вестник Ростовского Государственного Экономического Университета (РИНХ). 2018. № 4 (64).
4. Капустина Л.М. теория и практика продвижения бренда в Сети [Текст]: монография/Л.М. Капустина, И.Д. Мосунов; М-во образования и науки РФ, Урал. Гос. Экон. Ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. Гос. Экон. Ун-та, 2015.. С.11-12.

Барабанова Ю.С.

Научн.рук.: канд. экон. наук, доц. Нефёдова С.В.

Тулский филиал Финуниверситета

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Бухгалтерский учет является обязательным условием для всех организаций, так как отражает результат их деятельности. Получить достоверную и полную информацию о деятельности организации и ее активах — это главная задача, финансовая отчетность должна быть точной, своевременной и соответствовать всем требованиям финансового учета. Следует отметить, что с развитием общества процесс перевода информации в бухгалтерский учет существенно изменился. Бухгалтерский учет компаний в современных условиях требует внедрения инноваций. В настоящее время существует много проблем с практическим применением правил бухгалтерского учета. Один из способов решения проблемы - автоматизация вычислительной работы в финансовом учете.

Автоматизация повышает эффективность, качество генерируемой информации и упрощает алгоритм выставления счетов. Особенно актуален вопрос сближения российского бухгалтерского учета с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО). Международные стандарты финансовой отчетности — это документы, содержащие правила подготовки финансовой отчетности. Информация, содержащаяся в этих документах, необходима потенциальным партнерам (инвесторам) для принятия экономических решений относительно организации. С 1998 года в Российской Федерации используется Система бухгалтерского учета по МСФО.

С момента введения МСФО в России предлагается использовать новые определения, такие как сегментная информация и деловая репутация. Опубликованы новые правила бухгалтерского учета на основе МСФО. С 2012 года консолидированная финансовая отчетность должна подаваться организациями, подпадающими под действие Закона № 208-ФЗ. В настоящее время постановлением Минфина России от 28 декабря 2015 г. № 217н (с изменениями от 11 июля 2016 г.) «О введении Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности в действие на территории Российской Федерации и о признании утратившими силу некоторых приказов (отдельных положений приказов) Министерства финансов Российской Федерации»[1]

Почему же стоит применять МСФО. Обратим внимание, что

МСФО основаны на нескольких принципах. Среди них можно отметить принцип непрерывности деятельности, который базируется на составлении финансовой отчетности организации в обязательном порядке в непрерывных условиях деятельности предприятия. Этот принцип не применяется, если руководство желает закрыть компанию по личным или вынужденным причинам. Также применяется принцип начисления. Он учитывает факторы, которые влияют на финансовое положение предприятия в течение отчетного периода, в котором произошла конкретная операция, при этом не учитывается время оплаты или получения денег.

На основании вышеизложенного можно констатировать, что внедрение МСФО является определенным «стимулом» для развития российских организаций, т.е. расширением сотрудничества с зарубежными партнерами. Однако при переходе российской отчетности на МСФО возникают следующие проблемы:

Стандарты бухгалтерского учета в Российской Федерации существенно отличаются от МСФО. Примером этого является то, что МСФО не использует бухгалтерские счета, а использует названия элементов отчетности (доходы, расходы, активы), в то время как в России бухгалтерские счета являются центральным элементом системы российских стандартов бухгалтерского учета.

Трудности адаптации МСФО к российской экономике;

Требуемая подготовка и переподготовка кадров;

Стандартами бухгалтерского учета в России является ПБУ. Поскольку полный переход на МСФО означает отказ от ПБУ и национальных традиций бухгалтерского учета, это приведет к потере международного имиджа Российской Федерации. Только отстающие страны не имеют национальных стандартов бухгалтерского учета.

Это также поднимает вопрос о том, следует ли применять МСФО к малому бизнесу. Кроме того, введенные против нашей страны санкции распространили свое действие на многие крупные российские организации и ограничили некоторые аспекты их деятельности в отношениях с зарубежными партнерами. Однако практика показала, что запрет на ввоз определенных видов продукции и сырья в Россию, страной которой являются экономические санкции в отношении граждан Российской Федерации, положительно повлиял на развитие российских организаций. В результате переход на МСФО уместен. [2, с. 26]

Следовательно, чтобы окончательно завершить переход на МСФО, необходимо обосновать необходимость применения МСФО в современных условиях для компаний, которые действительно в этом

нуждаются. В заключение можно с уверенностью сказать, что применение МСФО необходимо для действительно крупных компаний, имеющих доступ к зарубежным рынкам.

Список литературы

1. О введении Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности в действие на территории Российской Федерации и о признании утратившими силу некоторых приказов (отдельных положений приказов) Министерства финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]: Приказ Минфина России от 28.12.2015 N 217н (ред. от 11.07.2016) <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 10.04.2021).

2. Алисенов А. С. Международные стандарты финансовой отчетности. [Электронный ресурс]: учебник и практикум. М.: Юрайт, 2018. 404 с. <https://urait.ru> (дата обращения: 10.04.2021).

Баранова М. В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефёдова С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО АУТСОРСИНГА В РОССИИ

В настоящее время для многих российских и иностранных компаний, в связи с высоким уровнем независимости организации в производственном процессе, громоздкой системы контроля, появляется потребность в поиске и внедрения новых стратегий управления, чтобы адаптироваться к различным условиям ведения бизнеса. В качестве альтернативы устоявшимся методам управления разрабатываются новые бизнес-стратегии, такие как аутсорсинг.

Одним из наиболее актуальных направлений аутсорсинга является аутсорсинг бухгалтерских услуг. Главной составляющей в работе компании является грамотная организация ведения бухгалтерского учета и предоставления необходимой отчетности в контролирующие органы. Передача бухгалтерского учета специализированной организации получила название — бухгалтерский аутсорсинг. Он осуществляется на основании договора на оказание услуг по определенным видам или функциям предпринимательской деятельности [2].

Однако при предоставлении услуг бухгалтерского аутсорсинга возникают некоторые трудности:

1. Заказчики беспокоятся о сохранности документов при их поручении сторонней организации. В связи с этим каждый месяц

необходимо собирать все документы, составлять реестр. Отладка процесса взаимодействия может занимать некоторое время.

2. При передаче части функций по ведению бухгалтерского учета, нужно подготовиться к таким возможным обстоятельствам, как неправильное ведение учёта, налоговая проверка, занимающая много времени. Прежде чем начать сотрудничество по ведению текущих дел, в первую очередь, необходимо провести аудит правильности составления отчетности, законности отражения хозяйственных операций в бухгалтерском учете.

Еще одна проблема аутсорсинга бухгалтерского учета – страх компании потерять контроль над ситуацией, не доверяя посторонним коммерческие тайны. Чтобы решить эту проблему, поставщик аутсорсинговых услуг должен сделать тщательный выбор, опираясь на свой опыт и сложившуюся репутацию на рынке. В нашей стране нередки случаи, когда бухгалтерский учет частично легален, поэтому компании не просто заботятся о конфиденциальности информации, но и не заинтересованы в какой-либо открытости. Наконец, наследие советской эпохи – сильная интеграция предприятий, фактически «зарабатывающих себе на жизнь». Боязнь смены руководства таких промышленных групп часто препятствует отказу от выполнения тех или иных функций самостоятельно. Во многих случаях они пытаются решить проблемы, выделяя вспомогательные подразделения дочерним компаниям, которые «передают на аутсорсинг» ряд функций внутри группы. В результате можно ожидать, что в будущем российские компании будут все больше и больше обращать внимание на аутсорсинг [3].

Другая проблема бухгалтерского аутсорсинга – использование услуг аутсорсинговой компании на монопольном рынке. Оно выражается в риске при заключении договора - внезапный отказ от услуг аутсорсера или его банкротстве. Тогда фирме-заказчику необходимо в короткие сроки искать новых партнеров или начать выполнять функции самостоятельно.

В наши дни, в период экономической нестабильности, аутсорсинг очень актуален для многих организаций. Рынок аутсорсинга в мировой экономике оценивается десятками миллиардов долларов ежегодно. Глобализация экономики и интеграция нашей страны в эти процессы, очевидно, оказывают существенное влияние на дальнейшее развитие аутсорсинга в России.

В России рынок бухгалтерского аутсорсинга (особенно в регионах) не развился до такой степени, чтобы аутсорсер мог обслужить значительное число клиентов и, следовательно, полностью

реализовать эффект масштаба. Это, конечно, влияет на цену услуги. Однако это один из самых важнейших резервов роста рынка: аутсорсер, реализующий этот эффект, будет иметь серьезное конкурентное преимущество. Система ценообразования, малопонятная для большинства участников аутсорсингового процесса – еще один существенный сдерживающий фактор для роста рынка аутсорсинга учетных функций в России. Кроме того, немаловажной проблемой является несовершенство законодательной и нормативной базы, что приводит к возможности безнаказанного ухода от некачественного выполнения работ, особенно при недостаточно продуманном договоре на оказание бухгалтерских услуг. Таким образом главными тенденциями, которые будут определять развитие российского рынка аутсорсинга учетных функций, в ближайшие годы станут:

- объединение аутсорсинговых компаний, в том числе путем слияний и поглощений, с целью достижения эффекта масштаба;
- усиление специализации компаний на аутсорсинге, поиск ключевых компетенций в узких областях бухгалтерского аутсорсинга;
- растущая роль государственного сектора и государственных компаний в формировании спроса на аутсорсинговые услуги;
- совершенствование законодательной и нормативной базы для повышения степени доверия к аутсорсингу [4].

Учитывая возможности дальнейшего совершенствования рынка бухгалтерского аутсорсинга в России, можно предположить, что оно будет обусловлено перспективным развитием электронного документооборота, принятием специального закона, регулирующего отношения в сфере аутсорсинга, включением в ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации» специального пункта о передаче бухгалтерского учета сторонней организации, автоматизацией данных услуг и использованием, так называемых интернет-бухгалтерий на удаленном доступе с использованием WEB-интерфейса, «облачных» технологий [1].

Тенденции развития рынка показывают, что аутсорсинг бизнес-процессов постепенно становится обычной практикой для крупных международных компаний. В ближайшем будущем появится большое количество поставщиков услуг, которые займут небольшие ниши или сосредоточатся на самом широком спектре задач. Очевидные преимущества, которые дает аутсорсинг в тщательном поиске партнеров и заключении эффективных контрактов, говорят о его стремительном росте в стране в ближайшем будущем.

Примерами успешного применения аутсорсинга в России могут

служить:

- аутсорсинг маркетинговых функций: Coca-Cola, Enterasys Networks, ПАО «Мобильные ТелеСистемы», ПАО «Сбербанк России», ПАО «Лукойл» и др.;

- аутсорсинг производственных функций: ОАО «Российские железные дороги», ПАО «ЕЭС России», ПАО «Русский алюминий», а также ряд международных корпораций, построивших заводы в России, таких как Nissan, Ford, Toyota, Volkswagen и др. [4].

В заключение можно сказать, что аутсорсинг становится массовым явлением в России. Однако по сравнению с западными странами аутсорсинг в России носит развивающийся характер. Следует отметить, что в стране не хватает аутсорсинговых компаний, уровень которых удовлетворял бы запросам крупных компаний и корпораций. Для успешной реализации аутсорсинговой деятельности в России необходимо разработать законодательную базу, которая позволит привлечь новых клиентов в эту сферу деятельности.

Список литературы

1. Микрюкова В.С. Проблемы и перспективы развития бухгалтерского аутсорсинга [Электронный ресурс] // Молодой учёный. 2018. № 21(207). <https://moluch.ru>. (дата обращения: 17.04.2021).

2. Никифорова Я. Е. Роль и место аутсорсинга в организации бухгалтерского учета [Электронный ресурс] // Молодой учёный. 2018. № 24 (158). <https://moluch.ru>. (дата обращения: 17.04.2021).

3. Стельмачук В.А. Бухгалтерский аутсорсинг [Электронный ресурс] // Молодой учёный. 2014. № 18 (77). <https://moluch.ru>. (дата обращения: 17.04.2021).

4. Проблемы и перспективы развития бухгалтерского аутсорсинга в России [Электронный ресурс]: <https://www.i-ias.ru>. (дата обращения: 17.04.2021).

Баталина Е.В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тулский филиал Финуниверситета

ЭТАПЫ ЭВОЛЮЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АУДИТА В РОССИИ

В настоящее время мировая экономика находится в фазе спада, что сказывается на всех сферах деятельности в разных странах, в том числе и в России. Кроме того, положение дел в российской экономике усугубляется введенными со стороны мирового сообщества экономическими санкциями, но при этом Правительство Российской Федерации предпринимает различные меры, позволяющие смягчить

удар для организаций нашей страны, особенно малых предприятий. В частности, малый бизнес освободили от проведения обязательного аудита [2], что как следствие оказало влияние на рынок аудиторской деятельности, а именно спрос на услуги снизился. Поэтому является актуальной тема изучения этапов развития аудита в России, чтобы выявить перспективные направления аудиторской деятельности.

Аудит это проверка бухгалтерской, финансовой отчетности предприятия, с последующим заключением от аудитора, выражающим независимое мнение о достоверных данных об экономическом состоянии предприятия, отражающихся в отчетности аудируемой компании [3]. Таким образом, данная проверка важна, прежде всего, для собственников предприятий, чтобы предпринимать стратегически верные управленческие решения.

Впервые в России должность аудитор появилась еще при царствовании Петра I в начале XVIII в. В обязанности аудиторов того времени входили: ревизия и учёт армейского и флотского имущества. Но, не смотря на столь давнее появление первых аудиторов, развитие именно аудиторской деятельности в российском государстве началось значительно позже. До революции 1917 года на территории России в основном формировалось бухгалтерское направление, включающее непосредственно учет и контроль имущества. Позже, в советское время потребность в независимом финансовом контроле также отсутствовала, так как это было естественно для командно-административной экономики, при которой господствует государственная собственность [4].

Если обратиться к истории возникновения аудиторской деятельности в европейских странах, то ее начало связывается с переходом экономики на рыночные отношения. Поворот к рыночным отношениям в России произошел только к концу 80-х годов XX века, и именно тогда стала зарождаться аудиторская деятельность в настоящем ее понимании.

В истории эволюции аудита можно выделить четыре основных этапа.

Первый этап – это создание первых аудиторских организаций. В 1989 году согласно Постановлению Совета Министров создана первая аудиторская фирма. На данном этапе перед государством стояла задача разработать нормативно-правовую базу для регулирования аудиторской деятельности.

Второй этап – это формирование нормативно-правовых основ, в результате чего аудиторская деятельность в России стала профессиональной. Были созданы временные правила аудита

(установлены Указом Президента от 22.12.1993 «Об аудиторской деятельности в Российской Федерации»), разработчиком которых являлась Центральная аттестационно-лицензионная аудиторская комиссия Минфина России. Также был принят ряд других законодательных актов [4].

Третий этап озаглавлен стандартизацией процессов проверки и контроля качества аудиторской деятельности. В этот период был принят первый Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» №119-ФЗ от 07.08.2001 года. Также с 2001 по 2008 год были разработаны 34 Федеральных стандарта аудиторской [5].

Четвертый этап эволюции аудита в России – это период с 2008 по настоящее время. Прежде всего это новый закон «Об аудиторской деятельности» №307-ФЗ от 30.12.2008 г., в настоящее время уже действующий с изменениями на 15.03.2021 г.[5]. Поправки к действующему закону отражают новый подход государства к развитию аудиторской деятельности в России. То есть если ранее главным регулирующим органом было государство, то сейчас контроль над аудиторскими организациями осуществляют саморегулируемые организации (СРО).

Основные задачи СРО это улучшение качества предоставления аудиторских услуг на рынке. Для этого ужесточается внешний контроль качества, который призван устранять компании, предоставляющие услуги низкого качества или фальсифицирующие данные о проверке.

Основным законодательным актом в 2021 году, регулирующим аудиторскую деятельность, является на территории Российской Федерации Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» № 307-ФЗ. Но, если ранее действовали 34 Федеральных правила, позволяющих структурировать работу аудитора, то сейчас аудитор должен хорошо знать международные стандарты аудита (МСА), в которых четко прописаны основные аспекты аудита, например, такие важные понятия как стратегия и план аудита, которые определяют весь ход аудиторской проверки.

Деятельность всех аудиторских организаций и СРО направлена ,прежде всего, на защиту права граждан и юридических лиц на получение информации (часть 4 статьи 29 Конституции РФ) [1].

Исходя из выше сказанного, необходимо отметить, что аудитор должен обладать высокими не только профессиональными качествами, но и моральными, то есть грамотно и беспристрастно проверять отчетность на соответствие законодательству и предоставлять достоверные данные заказчику проверки.

В текущий период времени экономический кризис сильно повлиял на рынок предоставления аудиторских услуг, что породило следующие проблемы, препятствующие развитию сферы деятельности аудита:

- замедление деловой активности и ухудшение инвестиционного климата, в том числе сокращение притока новых клиентов (как зарубежных, так и российских), и отток имеющихся;

- стремление к экономии при планировании заказчиками аудиторских и консалтинговых услуг расходов на привлечение соответственно аудиторов и консультантов;

- замораживание цен на аудиторские и консультационные услуги (чтобы не потерять клиента), а иногда даже снижение цен;

- снижение платежеспособности клиентов;

- ценовой демпинг;

- сложившаяся практика проведения открытых конкурсов по закупкам аудиторских услуг (приоритет выбора всегда в пользу более дешевых услуг, при этом страдает качество).

Как следствие вышеуказанных причин, количество аудиторов имеет тенденцию к сокращению, согласно данным статистики, опубликованным 20 января 2021 года на сайте Минфина России (Рисунок 1).

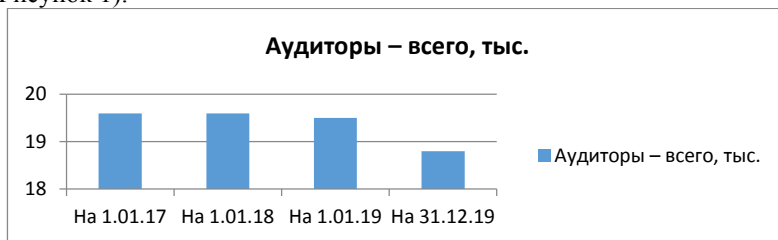


Рисунок 1. Динамика сокращения количества аудиторов в РФ [7]

В современных условиях, развитие проблематично, но тем не менее перспектива есть, необходимо только грамотно выбрать направление дальнейшего пути аудиторской деятельности в России.

В частности, аудиторских услуги, можно оказывать в новом формате, посредством применения электронных технологий анализа данных, интенсификации процесса оказания аудиторских и связанных с ними услуг (например, за счет стандартизации бизнес-процессов оказания этих услуг). Необходимо расширять практику выполнения аудиторскими организациями дополнительной работы при проведении обязательного аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности общественно значимых организаций. В таких организациях должна

осуществляться проверка заявлений руководства об эффективности созданных и поддерживаемых ими систем управления рисками и систем внутреннего контроля (на основе нормативно устанавливаемых критериев создания таких систем), проверка соответствия деятельности таких организаций их стратегическим документам [6].

Еще одно важное направление для сферы аудита - это повышение вовлеченности аудиторского сообщества в национальную систему противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма, а также в борьбу с коррупцией, в том числе с подкупом иностранных должностных лиц.

Также стоит усилить ответственность компаний за недостоверность их бухгалтерской (финансовой) отчетности, совершенствовать механизмы обеспечения имущественной ответственности аудиторских организаций, аудиторов перед заказчиками аудиторских услуг и иными лицами, заинтересованными в этих услугах.

Приведенные выше меры позволят увеличить конкурентоспособность отечественных аудиторских организаций, индивидуальных аудиторов. Изменения в аудиторской деятельности крайне необходимы сегодня. На фоне кризиса возникает дисбаланс, уровня квалификации и уровня дохода аудитора. Непрерывное изучение быстроменяющихся законов это высокие трудозатраты, но повысить цены на услуги при сложившейся неблагоприятной ситуации для бизнеса, а соответственно и вывести доходы аудитора, на уровень соответствующий его высокой квалификации, очень затруднительно на текущий момент. Поэтому, чтобы сохранить престиж аудиторской профессии необходимо расширять спектр услуг, оказываемых аудиторами и уже сейчас внедрять новые направления развития аудиторской деятельности в России.

Стоит отметить, что возможно в будущем в связи с цифровизацией экономики модифицируются предоставляемые услуги и аудитор должен будет не только юридически и финансово подкованным специалистом, но и знать программирование и не только. При этом очевидно одно, что профессия не исчезнет, так как, ее сущность - подтверждение достоверности данных, выявление корпоративных схем мошенничества с оборотными активами, будь то просто валюта или криптовалюта и прочее, будет актуальной всегда, пока существует деятельность человека.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: <http://www.consultant.ru/document> (дата обращения 12.04.2021)
2. О внесении изменений в статью 5 Федерального закона « Об аудиторской деятельности» [Электронный ресурс]: федер.закон №476-ФЗ от 29.12.2021 г. <http://www.consultant.ru/document> (дата обращения 12.04.2021)
3. Дмитриева И.М., Захаров И.В. Бухгалтерский учет и анализ [Электронный ресурс]: учебник. М.:Научная школа РЭУ им. Плеханова. 2020. с. 358 <https://ez.el.fa.ru:2428/> (дата обращения 12.04.2021)
4. Суглобов А.Е. Аудит [Электронный ресурс]: учебник.М.:Дашков и К°. 368 с. http://ez.el.fa.ru:2088/index.php?page=search_red (дата обращения 12.04.2021)
5. Основные нормативные акты и документы, регулирующие аудиторскую деятельность в РФ [Электронный ресурс]: <http://www.consultant.ru/document> (дата обращения 12.04.2021)
6. Концепция развития аудиторской деятельности в Российской Федерации до 2024 года РФ [Электронный ресурс]: <https://minfin.gov.ru/ru/document> (дата обращения 12.04.2021)
7. Основные показатели рынка аудиторских услуг в Российской Федерации в 2019 г. [Электронный ресурс]: <https://minfin.gov.ru/ru/document> (дата обращения 12.04.2021)

Баталина Е.В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Шелобаева И.С.

Тульский филиал Финуниверситета

ЗНАЧЕНИЕ САМОРЕГУЛИРУЕМЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ВЫРАБОТКЕ ЭТИЧЕСКИХ НОРМ ПОВЕДЕНИЯ И КОНТРОЛЕ ИХ СОБЛЮДЕНИЯ

Выработка этических норм поведения, контроля их соблюдения саморегулируемыми организациями на сегодняшний день актуальна, так как велик риск получить некачественные услуги, если компании, предоставляющие эти услуг, никем не контролируются.

Саморегулируемые организации (СРО) — некоммерческие организации, объединяющие субъекты предпринимательской деятельности, работающие в определённой отрасли производства товаров (работ, услуг), либо объединяющие субъекты профессиональной деятельности определённого вида.

Саморегулируемой организацией признаётся некоммерческая

организация, созданная в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и Федеральным законом от 12 января 1996 года N 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» [1], при условии её соответствия всем требованиям, установленным законом «О саморегулируемых организациях».

В России порядок образования и деятельности саморегулируемых организаций (СРО), их основные цели и задачи регулируются Законом N 315-ФЗ от 1 декабря 2007 года «О саморегулируемых организациях», а также федеральными законами, регулирующими соответствующий вид деятельности [2]. Например, деятельность СРО, объединяющих организации финансовых рынков, регулируется отдельным законом «О саморегулируемых организациях в сфере финансового рынка» N 223-ФЗ от 13 июля 2015 года [3]. Также деятельность аудиторских организации регулируется законом «Об аудиторской деятельности» № 307-ФЗ от 30.12.2008 г. [4].

При принятии закона о СРО на территории РФ государство преследовало следующую цель: переложить контрольные и надзорные функции за деятельностью субъектов в определённой сфере с государства на самих участников рынка. На сегодняшний день, существует как минимум 24 различных вида саморегулируемых организации. Это СРО арбитражных управляющих, оценщиков, кадастровых инженеров, аудиторов, энергоаудиторов, в сфере рекламы, кредитно-потребительских и т.д. Поэтому в каждой СРО, для контроля за деятельностью своих участников, разрабатывается свод этических принципов (норм и правил поведения), которого должны придерживаться члены СРО.

Общие правила профессиональной этики для любой отрасли построены на следующем: законность, справедливость и порядочность, добросовестность, профессионализм, независимость (не допускают предвзятости), конфиденциальность, информационная открытость (обеспечивают прозрачность своей деятельности и достоверность информации), дисциплина и ответственность, защита имущественных интересов саморегулируемой организации.

Кодекс профессиональной этики аудиторов включает следующие разделы [5]:

- Общие положения
- Раздел 1. Основные принципы этики и концептуальный подход к их соблюдению
- Раздел 2. Применение концептуального подхода к соблюдению основных принципов этики в конкретных ситуациях
- Заключение договора оказания профессиональных услуг

- Конфликт интересов
- Второе мнение
- Вознаграждение аудитора
- Реклама и предложение профессиональных услуг
- Подарки и знаки внимания
- Принятие на хранение активов клиента
- Соблюдение принципа объективности при всех видах услуг

Все пункты, перечисленные выше, дают разъяснения, как вести себя аудитору, аудиторской организации в тех или иных случаях, чтобы качество оказываемых услуг было на высоте.

В частности в кодексе этики аудиторов перечислены основные принципы этики:

- а) честность;
- б) объективность;
- в) профессиональная компетентность и должная тщательность;
- г) конфиденциальность;
- д) профессиональное поведение.

Кроме того, в кодексе этики аудиторов также описывается: «Выявление угроз нарушения основных принципов этики».

Соблюдению основных принципов этики может угрожать широкий спектр фактов и взаимоотношений.

- а) угрозы личной заинтересованности:

- аудитор имеет прямую финансовую заинтересованность в клиенте;

- аудитор предлагает услуги по новому заданию за вознаграждение настолько низкое, что оказание (участие в оказании) услуг в соответствии с применимыми техническими или профессиональными стандартами за данное вознаграждение может оказаться проблематичным;

- аудитор имеет тесные деловые отношения с клиентом;

- аудитор имеет доступ к конфиденциальной информации, которая может быть использована для личной выгоды;

- аудитор обнаруживает существенную ошибку при оценке результатов оказанных ранее услуг от имени аудиторской организации, в которой работает аудитор.

- б) угрозы самоконтроля:

- аудитор выпускает заключение об эффективности функционирования финансовых систем, внедрение которых он же осуществлял;

- аудитор, осуществивший подготовку исходных данных для составления учетных записей, выполняет задание, обеспечивающее

уверенность, предметом которого является проверка этих же учетных записей.

в) угрозы заступничества:

- аудитор продвигает интересы или акции клиента:

- аудитор представляет интересы клиента при разбирательстве или в споре с третьей стороной;

- аудитор лоббирует нормативные правовые акты от имени клиента.

г) угрозы близкого знакомства:

д) угрозы шантажа:

- аудитору угрожают отстранением от выполнения задания для клиента или увольнением из аудиторской организации в связи с несогласием в профессиональном вопросе;

- карьерный рост аудитора поставлен в зависимость от согласия аудитора с ненадлежащим подходом к учету

Также в кодексе прописываются примеры мер предосторожности нарушения кодекса этики:

а) выделение дополнительного времени и назначение квалифицированных сотрудников для выполнения требуемых задач при принятии задания в качестве ответной меры на угрозу личной заинтересованности;

б) привлечение к проверке выполненной работы лица, не участвовавшего в выполнении задания, или обращение к нему для получения необходимой консультации в качестве ответной меры на угрозу самоконтроля;

в) привлечение для участия в оказании аудируемому лицу услуг, обеспечивающих и не обеспечивающих уверенность, разных руководителей и групп с разными линиями подчиненности в качестве ответной меры на угрозы самоконтроля, заступничества или близкого знакомства;

г) привлечение другой аудиторской организации для выполнения или повторного выполнения части задания в качестве ответной меры на угрозы личной заинтересованности, самоконтроля, заступничества, близкого знакомства или шантажа;

д) раскрытие клиентам схем с вознаграждением за посредничество или комиссионным вознаграждением, получаемым за рекомендацию услуг или продуктов, в качестве ответной меры на угрозу личной заинтересованности;

е) разделение групп по заданиям при работе с конфиденциальными вопросами в качестве ответной меры на угрозу личной заинтересованности.

Очень важно, чтобы члены СРО придерживались правил кодекса профессиональной этики, так как известно, чтобы правила соблюдались должны быть меры наказания за их несоблюдение. В случае с аудиторами согласно закону «об аудиторской деятельности» № 307-ФЗ.

Меры дисциплинарного и иного воздействия в отношении аудиторских организаций, аудиторов при нарушении кодекса этики включают:

- 1) вынести предписание, обязывающее члена саморегулируемой организации аудиторов устранить выявленные нарушения;
- 2) вынести члену саморегулируемой организации аудиторов предупреждение в письменной форме о недопустимости нарушения требований;
- 3) наложить штраф на члена саморегулируемой организации аудиторов;
- 4) самая серьезная дисциплинарная мера – исключение фирмы из объединения.

Несоблюдение кодекса этики членами СРО ведет к предоставлению искаженной информации для пользователей в любой отрасли. Например, в случае недобросовестного оказания аудиторских услуг, недостоверная финансовая информация, предоставленная собственнику компании, может повлиять на неверное управленческое решение. Поэтому так важно, чтобы был постоянный контроль, которых снижает риск оказания некачественных услуг членами СРО.

Список литературы

1. О некоммерческих организациях [Электронный ресурс]: федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ (последняя редакция) <http://www.consultant.ru> (дата обращения 04.02.2021)
2. О саморегулируемых организациях [Электронный ресурс]: федеральный закон от 01.12.2007 N 315-ФЗ (ред. от 03.08.2018) <http://www.consultant.ru> (дата обращения 04.02.2021)
3. О саморегулируемых организациях в сфере финансового рынка [Электронный ресурс]: федеральный закон от 13.07.2015 N 223-ФЗ (ред. 28.11.2018) <http://www.consultant.ru> (дата обращения 04.02.2021)
4. Об аудиторской деятельности [Электронный ресурс]: федеральный закон от 30.12.2008 N 307-ФЗ (ред. от 30.12.2020) <http://www.consultant.ru> (дата обращения 04.02.2021)
5. Кодекс профессиональной этики аудиторов [Электронный ресурс]: приложение к протоколу заочного голосования Совета по

Баюмова М.В.

Научн. рук.: ст. преп. Логинова Т.В.

Ярославский филиал Финуниверситета

ЗНАЧЕНИЕ ЛИКВИДНОСТИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Организация, имеющая стабильное финансовое и экономическое положение, как правило, имеет высокий уровень конкурентоспособности и успешно функционирует на рынке. Анализ ликвидности помогает найти оптимальную структуру баланса организации и оценить реальную финансовую устойчивость, кроме того помогает заинтересованным пользователям этой информации принять верное решение, связанное с возможными рисками, поэтому тема статьи является актуальной.

Цель статьи - рассмотреть понятие «ликвидности» и оценить ликвидность на примере отчетности коммерческой организации.

В начале, целесообразно обратиться к теоретическим основам понятия «ликвидность». Впервые актуальность анализа ликвидности появилась в США в XIX веке, в то время начался анализ финансовой отчетности коммерческими банками своих клиентов для оценки ликвидности баланса. Сам термин "ликвидность" использовался как "способность организации ликвидировать долги" [3].

Понятие «ликвидность» часто приравнивают к понятию «платежеспособность». Однако, платежеспособность более широкое понятие. Ликвидность - способность превращения активов в денежные средства и выполнения обязательств денежными средствами, а платежеспособность - возможность рассчитываться по своим обязательствам в любой форме. Следовательно, платежеспособная - не обязательно ликвидная, но ликвидная организация платежеспособна всегда [2, с.368].

В статье проведен анализ абсолютных показателей ликвидности организации, относящейся к железнодорожной отрасли, АО "СППК". Группировка активов по возрастанию продолжительности превращения активов в денежные средства приведена в таблице 1.

По расчетам в таблице 1 можно сделать вывод, что большую часть активов баланса составляют медленно реализуемые активы, а самую небольшую часть наиболее ликвидные.

В 2020 году произошло уменьшение наиболее ликвидных активов на 67 900 тыс.руб., что негативно сказывается на деятельности АО

"СППК", так как это говорит о том, что компании не будет хватать средств для выполнения текущих обязательств немедленно.

Таблица 1- Группировка активов баланса АО "СППК"

| Группа | | Расчет | 2019 г., тыс. руб. | 2020 г., тыс. руб. |
|--------|----------------------|--|--------------------|--------------------|
| A1 | Наиболее ликвидные | Краткоср. фин. влож. + ден. ср-ва | 88 900 | 21 000 |
| A2 | Быстрореализуемые | Краткоср. дебит. задолж. | 385 147 | 916 211 |
| A3 | Медленно реализуемые | Запасы + НДС + долгоср. дебит. задолж. + прочие обор. активы | 1 437 793 | 1 335 219 |
| A4 | Труднореализуемые | Итого внеобор. активов | 804 525 | 795 735 |
| БАЛАНС | | | 2 716 365 | 3 068 165 |

Быстрореализуемые активы увеличились из-за роста дебиторской задолженности, что свидетельствует о снижении роста оборотных средств компании. Медленно реализуемые и труднореализуемые активы уменьшились незначительно, значит у АО "СППК" уменьшился размер нематериальных активов и запасов. Уменьшение запасов может быть признаком снижения деловой активности. Далее приведена группировка составляющих пассива баланса (таблица 2).

Таблица 2 - Группировка пассивов баланса АО "СППК"

| Группа | | Расчет | 2019 г., тыс. руб. | 2020 г., тыс. руб. |
|--------|------------------|--|--------------------|--------------------|
| П1 | Наиболее срочные | Кредиторская задолженность | 5 858 406 | 6 204 602 |
| П2 | Краткосрочные | Краткоср. заемн. ср-ва + прочие обяз-ва | 0 | 0 |
| П3 | Долгосрочные | Итого по разделу 4 | 1 169 | 860 |
| П4 | Постоянные | Итого по разделу 3+ Доходы буд. периодов + оцен. обяз-ва | (3 143 210) | (3 137 297) |
| БАЛАНС | | | 2 716 365 | 3 068 165 |

По расчетам в таблице 2 видно, что большее значение в разрезе пассива баланса имеют наиболее срочные по погашению пассивы, в то

время как краткосрочные за исследуемый период отсутствуют. Произошел рост наиболее срочных пассивов вследствие возрастания кредиторской задолженности. Это говорит о том, что общество зависит от сторонних займов, при этом снижаются источники формирования оборотных активов и текущей ликвидности компании. В 2019 и 2020 годах АО "СППК" не имело краткосрочных заемных средств. Постоянные пассивы отрицательны как в 2019, так и 2020 году. Это связано с тем, что АО "СППК" получало непокрытые убытки по результатам своей деятельности, что происходит вследствие специфики финансирования деятельности компании. Далее оценена возможность удовлетворения баланса условию абсолютной ликвидности (таблица 3).

Таблица 3 - Оценка удовлетворения условия абсолютной ликвидности

| Условие абсолютной ликвидности [1, с.356] | Значение активов (тыс.руб.) | | | Сравнение групп | | Значение пассивов (тыс.руб.) | | |
|---|-----------------------------|---------|---------|-----------------|------|------------------------------|-----------|-----------|
| | группа | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | группа | 2019 | 2020 |
| $A1 \geq П1$ | A1 | 88 900 | 21 000 | < | < | П1 | 5858406 | 6204602 |
| $A2 \geq П2$ | A2 | 385 147 | 916 211 | > | > | П2 | 0 | 0 |
| $A3 \geq П3$ | A3 | 1437793 | 1335219 | > | > | П3 | 1 169 | 860 |
| $A4 \leq П4$ | A4 | 805 525 | 795 735 | > | > | П4 | (3143210) | (3137297) |

По расчетам в таблице 3 можно сделать вывод, что ликвидность оценена как недостаточная, вследствие того, что два неравенства не сходятся с зафиксированным в оптимальном варианте. Расчеты показывают, что в обществе произошел рост платежного недостатка наиболее ликвидных активов, из-за чего в исследуемой компании наблюдается рост сроков платежей. Также это свидетельствует о проблемах с погашением срочных обязательств вследствие недостаточного поступления денежных средств в АО "СППК". В качестве резерва используются активы из группы A2, но требуется время для превращения их в денежные средства. Четвертое равенства также не выполняется, что свидетельствует о том, что компания имеет неустойчивое финансовое положение. В ближайшее время компания не сможет поправить свою платежеспособность, так как активы не покрывают обязательства.

Полученные расчеты говорят о том, что в 2019 и в 2020 году АО "СППК" имеет место неликвидный баланс, компания не имеет достаточно средств для покрытия всех своих обязательств. Однако второе и третье неравенство свидетельствуют о незначительном платежном излишке, который позволяет компании покрыть лишь

незначительную часть обязательств. В таблице 4 рассчитаны показатели ликвидности.

Таблица 4 - Расчет коэффициентов ликвидности

| Показатель | Расчет | 2019 (тыс. руб.) | 2020 (тыс. руб.) |
|------------------------------|---|---------------------|---------------------|
| Общая ликвидность | $(A1+0,5*A2+0,3*A3)/$ $(П1+0,5*П2+0,3*П3)$ | 0,1217 | 0,1418 |
| Текущая ликвидность | $(A1+A2) - (П1+П2)$ | -5 385 269 | -5 267 391 |
| Перспективная ликвидность | A3-П3 | 1 436 534 | 1 334 359 |

По данным таблицы 4 видно заметное увеличение показателя общей ликвидности к концу исследуемого периода на 0,0201. Это сигнализирует о возрастании всех ликвидных средств общества к сумме обязательств. Наблюдается рост коэффициента текущей ликвидности, значит текущие активы, приходящиеся на 1 рубль краткосрочных обязательств, увеличились. Рост исследуемых показателей - положительный факт, так как увеличивается вероятность покрытия всех краткосрочных обязательств за счет собственных средств исследуемой компании. Однако показатель текущей ликвидности отрицательный, что характеризует баланс как неликвидный, общество не в состоянии своевременно оплачивать текущие счета.

Чтобы избежать подобных ситуаций в будущем, рекомендуется вести платежный календарь, в котором, отражать поступление всех видов денежных потоков в течение прогнозного периода времени (5, 10, 15, 30 дней), а также составлять график предстоящих платежей (налогов, заработной платы, запасов, кредитов и процентом по ним и т.д.). В платежном календаре поступление и выбытие денежных средств должно быть сбалансировано. Правильно составленный платежный календарь позволяет выявить финансовые ошибки, определить недостаток денежных средств, а также выявить причину такого положения. Его результаты позволяют принять соответствующие меры, которые помогут избежать финансовых затруднений [1, с.106].

У АО "СППК" коэффициенты ликвидности ниже нормативных значений и свидетельствуют о низкой платежеспособности общества. Ликвидные активы компании не покрывают краткосрочные обязательства, а значит, есть риск потери платежеспособности, что оценивается негативно. Поэтому организации необходимо постоянно проводить анализ ликвидности, который показывает реальные возможности общества, что помогает оценить возможности и риски.

Управление ликвидностью предполагает своевременно находить проблемы, оперативно их решать, с целью улучшения финансового состояния организации.

Список литературы

1. Логинова Т.В. Роль управленческих решений в оценке денежных потоков организации. В книге: Избранные вопросы современной науки. Монография. Научный редактор С.П. Акутина. - Москва. - 23017. С 77-107.

2. Савицкая Г.В. Экономический анализ: учебник / Г.В. Савицкая. — 15-е изд.: ИНФРА-М, 2019. — 649 с.

3. Слесаренко Г.В. Методический подход к анализу платежеспособности //Вестник Удмуртского университета. 2020. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskiy-podhod-k-analiz>

Белоусова К.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тулский филиал Финуниверситета

АУДИТ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ (В ЦЕЛЯХ БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА)

В каждой коммерческой организации процесс формирования бухгалтерского учета должен быть построен с учетом различных факторов, такие как: отраслевая специфика, стиль руководства, методы воздействия на работу персонала, разграничение полномочий среди сотрудников компании. При умелом и гармоничном сочетании данных факторов создается наиболее оптимальный вариант учетного аппарата, который позволит достичь наиболее эффективной деятельности, и должен находить отражение в учетной политике компании [2, с. 36].

Весь бухгалтерский учет организации должен базироваться на учетной политике, которая в свою очередь должна обеспечить максимальную эффективность во всей учетной системе [1, с. 72].

Сам термин «учетная политика» впервые ввелся в бухгалтерский учет в начальном этапе периода перехода рыночным отношениям в 1992 г.

Сегодня учетная политика считается одним из важнейших элементов учета хозяйственных процессов. Ей отведена важнейшая задача в области систематизации и упорядочения методологии, используемой на предприятиях при ведении учета.

К учетной политике предъявляют ряд оправданных требований. Ключевым из них является ее неизменность.

При формировании учетной политики главный бухгалтер должен помнить, что закрепленные в ней способы должны обеспечивать

достоверное отражение результатов деятельности, а вносимые в нее корректировки могут оказать существенное влияние не только на показатели отчетности, но и на решения, принимаемые пользователями.

Одновременно с бухгалтерским учетом организации обязаны вести и налоговый, поэтому и для налогового учета необходимо сформировать учетную (налоговую) политику. Термин «налоговая политика», или учетной политика для целей налогового учета, связан с принятием гл. 25 Налогового кодекса Российской Федерации, то есть с 1 января 2002 г.

Исходя из требований ПБУ 1/2008 и 25 гл. Налогового кодекса Российской Федерации, бухгалтер вправе составить один общий документ или два отдельных. Чаще всего строительные организации Краснодарского края разрабатывают один общий документ, в котором отдельно указывают критерии для бухгалтерского и налогового учета.

Учитывая важность учетной политики, аудиторы уделяют особое внимание оценке ее адекватности и полноте раскрытия. Аудитором не адекватное формирование учетной политики может классифицироваться как существенное нарушение.

Исходя из установленных требований, принято считать, что учетная политика включает два раздела:

- 1) организационно-технический;
- 2) методологический.

В организационно-техническом указывают порядок организации бухгалтерского учета, а в методологическом – способы ведения бухгалтерского учета, предусмотренные экономическим субъектом.

В ПБУ 1/2008 закреплено, что учетная политика включает:

- рабочий план счетов бухгалтерского учета;
- формы первичных учетных документов, которые являются основанием для отражения факта хозяйственной жизни в бухгалтерском учете;
- методы оценки имущества и обязательств;
- порядок проведения инвентаризации;
- правила (график) документооборота;
- технология обработки учетной информации;
- порядок контроля за отраженными в учете фактами хозяйственной жизни.

Наиболее полное понятие учетной политики для целей налогового учета приводится в п. 12 ст. 167 НК РФ. Учетная политика для целей налогообложения это «выбранные налогоплательщиком допускаемых Налоговым Кодексом методов определения полученных доходов и расходов, их признания, распределения и оценки, а также

иные необходимые для целей налогообложения показатели финансово-хозяйственной деятельности налогоплательщика» [3, с. 78].

На сегодняшний день нет единого подхода в области проведения аудита учетной политики в целях налогового учета. Порядок и содержание аудиторской проверки области налогообложения освещены в отечественной научной литературе освещены недостаточно полно. Но в тоже начало налогового аудита должно начинаться именно с анализа учетной политики в целях налогообложения (далее — УПН).

Цель аудита учетной политики в целях налогообложения являются:

- подтверждение наличия утвержденной учетной политики в которой должны быть отражены способы ведения налогового учета;
- оценка обоснованности и рациональности выбранного способа, который будет регламентировать организационные и методические основы налогообложения. [4, с. 38].

Аудиторская проверка учетной политики как для целей бухгалтерского, так и для целей налогового учета как правило проходит в два этапа:

1. На первом этапе проводится комплексная оценка системы внутреннего контроля по организации учетной политики. Для того чтобы провести такого рода оценку можно применять разработанные тесты или вопросники с приложением к ним соответствующих ответов опрашиваемого и примечаний аудитора. Обобщенная оценка в области внутреннего контроля проводится в соответствии с утвержденной во внутрифирменных стандартах методикой оценки.

2. На втором этапе проверки учетной политики целесообразно заполнить таблицу, сопроводив каждый элемент учетной политики ответами на поставленные вопросы и примечаниями аудитора.

Проводить аудит учетной политики предприятия необходимо по следующим направлениям:

1. Проверка внедрение функций учета в центре принятия решений.
2. Выяснение делегирования полномочий и ответственности.
3. Проверяется взаимосвязь бухгалтерского учета с другими функциями организации.
4. Проверяется взаимосвязь между бухгалтерским и управленческим видами учета.
5. Проверяется уровень оперативности учетной информации.
6. Проверяется уровень достоверности информации.

Итоги проверки в области учетной политики аудитор должен

обобщить и зафиксировать все выявленные нарушения в отчетном документе.

Ряд нарушений, нередко встречающихся в учетной политике, именно на эти моменты обращают внимание прежде всего:

1. Ошибка в датировании, не определены сроки инвентаризации, нет точных дат относительно подотчетных средств.
2. Не уточнена оценка выбытия финансовых активов и ценных бумаг.
3. В приказ не внесены изменения в учетной политике.
4. Ошибки в содержании учетной политики

Помимо этого, в отчетной документации аудитору необходимо обозначить возможные рекомендации касательно совершенствования системы в области внутреннего контроля предприятия в части организации бухгалтерского и налогового учета и рекомендовать поправки в целях минимизации налогообложения при помощи изменений в учетной политике, которые бы позволили применять возможности дополнительной экономии на налоговых платежах, скрытые в нормах НК РФ.

Аудит учетной политики коммерческих юридических лиц в целях бухгалтерского и налогового учета сегодня по праву считается ключевым разделом всей аудиторской проверки. Результаты проверки данной области могут существенно повлиять на выражение мнения о достоверности финансовой (бухгалтерской) отчетности в целом [5, с. 34].

Таким образом, учетная политика должна в себе учитывать все особенности учета, которые присущи экономическим субъектам с различной организационно-правовой формой и отраслевой принадлежностью, а также иметь глубокое информационное содержание. В целях повышения достоверности данных в отчетности целесообразно использовать систему количественных качественных критериев оценки всех составляющих аспектов учетной и политики.

Список литературы

1. Аудит. 2021. 2021, № 2. - 2021. - 40 с.
2. Булыга Р. П. Аудит бизнеса: учебник для студентов магистратуры, обучающихся по направлениям подготовки "Экономика", "Финансы и кредит", "Государственный аудит", "Менеджмент" / Р. П. Булыга ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - Москва : ЮНИТИ, 2021. - 343 с.
3. Дзобелова В. Б. Учёт, анализ и аудит финансовых результатов организации и оптимизация налогообложения : монография /

Дзобелова Валентина Батразовна, Баснукаев Муса Шамсудинович, Мусостова Деши Шамсудиновна, Алиева Жанна Магамедовна. - Стерлитамак : Агентство международных исследований, 2021. - 105 с.

4. Калущкая Н. Алексеевна. Аудит: теоретические основы : учебное пособие / Н. А. Калущкая, Л. В. Усатова ; Минобрнауки России, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Белгородский государственный национальный исследовательский университет". - Белгород : Издательский дом "БелГУ", 2020. - 79 с.

5. Российская академия наук. Самарский научный центр. Известия Самарского научного центра Российской академии наук [Текст]: журнал / учредитель: Президиум Самарского науч. центра РАН. - Самара: Самарский науч. центр РАН, 2000-2021, Т. 23, № 1 (99). - 2021. - 140 с.

Бодрова В.С.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тульский филиал Финуниверситета

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В современной Российской Федерации государственный финансовый контроль - это совокупность процессов и операций, направленных на контроль исполнения нормативных и законодательных актов, стандартов, норм и правил использования государственных средств. Основная цель этого контроля - отслеживать стоимостные пропорции распределения ВВП по всем типам каналов обращения финансовых ресурсов. В то же время основная цель - максимизировать приток средств в государственную казну, а также регулировать их использование по назначению.

Экономика России несет значительные потери из-за низкой финансовой, налоговой и бюджетной дисциплины. Финансовые ресурсы иногда используются не по прямому назначению, осуществляются махинации по их изъятию, а нередко и прямое хищение. По-прежнему в экономике России присутствуют коррупция, вывоз капитала, легализация теневых доходов, финансовые результаты компаний и учреждений в значительной степени скрыты.

В настоящее время в Российской Федерации нет единой и четко структурированной системы финансового регулирования и надзорных органов, но есть структуры, организации и подразделения, которые выполняют различные функции финансового регулирования и финансового контроля, например, Контрольное управление

Президента РФ выполняет функции, регулирующие исполнение нормативных актов, этот же орган отвечает за реализацию общенациональных проектов, а также за исполнение поручений Президента Российской Федерации и Руководителя Администрации Президента Российской Федерации. Этот орган не имеет прямых полномочий в области финансового контроля, но имеет право координировать ход финансовой и бюджетной деятельности. Данный орган также наделен полномочиями регулировать деятельность ранее существующей Федеральной службы финансового и бюджетного надзора (Росфиннадзор), полномочия которой теперь переданы Федеральному казначейству.

Помимо Контрольного управления Президента Российской Федерации, есть и иные органы, участвующие в финансовом контроле. Согласно гл. 26 Бюджетного кодекса Российской Федерации, законодательные органы Российской Федерации, проводящие предварительный, текущий и последующий контроль в финансово-бюджетной сфере, наделены полномочиями в сфере осуществления государственного финансового контроля. Стоит отметить, что названные органы имеют право создавать собственный контрольный орган, в настоящей России – это Счетная Палата Российской Федерации и региональные Счетные Палаты [1].

Политика финансового контроля в Российской Федерации проблематична и специфична, поэтому очень интересна для исследования. Учитывая, что российская система финансового контроля далека от идеала, необходимы меры по ее усовершенствованию для обеспечения национальной и экономической безопасности страны и восстановлению конкурентоспособности Российской Федерации.

В первую очередь, необходимо сосредоточить ресурсы и направить их на формирование и принятие единой концепции государственного финансового контроля Российской Федерации; непосредственно она должна устанавливать единые правовой, а также методологический базис осуществления финансового контроля, при этом сформировать единую систему организаций финансового контроля в Российской Федерации и механизмы их взаимодействия. Создавая данную структуру, следует разработать ряд научно-методических основ оценки деятельности органов и их сотрудников, отвечающих за процессы в сфере финансового контроля [2].

Необходимо координировать работу всех органов системы финансового контроля, исключить дублирование работы контролирующих органов и возложить на них ответственность за

отдельные объекты финансового контроля. Чтобы разработать эффективную систему финансового контроля, необходимо создать единую унифицированную систему стандартов контрольной деятельности.

Необходимо учитывать стремительное развитие технологий, особенно информационных, поэтому использование новейших разработок в области информации и коммуникации, несомненно, является ключом к совершенствованию финансового контроля Российской Федерации.

Современная проблема в сфере функционирования финансов - пониженная эффективность расходования бюджетных средств; решить этот вопрос поможет переход на качественный аудит эффективности расходования данных ресурсов. В рыночных условиях финансовый контроль должен быть сосредоточен на контроле за соблюдением обязательств перед бюджетом и внебюджетными фондами, а также взаиморасчетами между хозяйствующими субъектами. Для обеспечения эффективности государственных расходов перспективно перейти к проверке эффективности государственных затрат. Для систематизации деятельности контролирующих структур необходимо разработать кодификатор финансовых нарушений, определить и законодательно согласовать санкции по каждой категории финансовых нарушений.

Уже сегодня очевидны наиболее востребованные направления на пути совершенствования финансовой дисциплины и финансовой ответственности в стране. Решающим моментом является борьба с коррупцией, как в плане профилактики и борьбы с коррупционными преступлениями в бюджетной сфере и сфере управления государственными средствами, так и в плане борьбы с фактическими коррупционными преступлениями и развития системы антикоррупционной безопасности.

Помимо этого, необходимо решать проблему снижения «теневой» экономики. Также необходимо раскрывать финансовые результаты серьезных корпораций, пресекать отток капитала за границу [3].

Эффективному развитию контроля в области финансов послужит реализация следующих мер.

Формирование условий для участия представителей общественности в проведении инвентаризаций и других рабочих процессов органов финансового регулирования, безусловно, является серьезной мерой для развития финансового контроля в России, практически полностью исключая возможность органов финансового контроля фальсифицировать в пользу проверяемых

объектов результаты проверки. Однако в этом случае также существует риск коррупции представителей общественности, что приведет к неточным результатам проведенных проверок.

Формирование более четких требований к деятельности некоммерческих организаций положительно повлияет на общее понимание того, как необходимо некоммерческим организациям вести свою финансовую деятельность, а также упростит задачу проверяющим лицам, так как повысит ответственность за нарушения.

Таким образом, на современном этапе финансовый контроль в Российской Федерации недостаточно эффективен и требует разработки и принятия комплекса мер по его совершенствованию. В современной рыночной ситуации финансовый контроль должен быть направлен на ускорение социально-экономического развития, необходимо ужесточить меры против воровства и халатности сотрудников, связанных с финансовой составляющей государства, а также следить за актуальностью инструментов управления финансовыми рисками. Требуется сформировать до конца систему финансового контроля. Необходимо внедрение новейших перспективных систем развития в сферу финансового контроля. Несовершенство в этой области очевидно и объясняется тем, что система не сформирована на 100%, пока она не будет готова, остаются предпосылки для появления новых и развития старых проблем.

Создание единой и эффективной системы финансового контроля позволит оперативно и эффективно использовать финансовые ресурсы государства, а также предотвратить нарушение законности финансовой деятельности хозяйствующих субъектов.

Список литературы:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации. URL: <http://www.consultant.ru>
2. Кузнецова А. А., Мельник Д. М. Проблемы и перспективы финансового контроля в России // Science Time. 2014. № 6. С. 95-97.
3. Саркисян Г. А. Современное состояние и перспективы развития финансового контроля в Российской Федерации // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2016. Т. 6, № 11А. С. 106-113.

Бодрова Е.В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Шелобаева И.С.

Тульский филиал Финуниверситета

**БУХГАЛТЕРСКОЕ ДЕЛО В СБЛИЖЕНИИ БУХГАЛТЕРСКОГО И
НАЛОГОВОГО УЧЕТА**

Важную роль в сближении налогового учета с бухгалтерским

играют сами организации при формировании ими учетной политики для целей бухгалтерского и налогового учета.

Существует несколько эффективных способов, с помощью которых организация может максимально сблизить налоговый и бухгалтерский учет.

1. Для сближения учетов в части списания сырья и материалов является использование одинаковых принципов формирования цены приобретения ТМЦ. Различия возможны, если в бухгалтерском учете организация не включает транспортно-заготовительные расходы в фактическую себестоимость сырья и материалов, в налоговом же учете такие расходы учитываются в покупной стоимости ТМЦ (п. 2 ст. 254 НК РФ) [1]. Таким образом, чтобы исключить разницу между учетами, организации следует и в бухгалтерском учете отражать сырье и материалы по фактическим ценам, включающим все расходы, связанные с их приобретением;

2. В налоговом учете в качестве прямых расходов утвердить те, которые в бухгалтерском учете отражаются на счетах 20 и 23. В налоговом учете все расходы организации за текущий период подразделяются на прямые и косвенные: косвенные расходы можно признать сразу в месяце их осуществления, прямые - лишь по мере реализации продукции, товаров, работ, услуг, к которым они имеют непосредственное отношение.

В бухгалтерском учете расходы подразделяются на расходы основного и вспомогательного производства, общепроизводственные и общехозяйственные.

Тем не менее, чтобы сблизить отражение и списание расходов в обоих учетах, организация вправе в налоговом учете включить в состав прямых расходов все те затраты, которые в бухгалтерском учете отражаются на счетах 20 «Основное производство» и 23 «Вспомогательные производства». Благодаря такому подходу сумма прямых расходов в налоговом учете будет равна фактической производственной себестоимости в бухгалтерском учете.

Таким образом, себестоимость продукции совпадет в обоих учетах, а расхождения в оценке затрат на незавершенное производство сведутся к минимуму. Однако, скорее всего, эти действия приведут к значительному расширению перечня прямых расходов в налоговом учете и, значит, к сокращению суммы признанных расходов, ведь определенная их часть относится к незавершенному производству и может быть списана только после реализации продукции, товаров, работ, услуг, в стоимости которых она учтена (п. 2 ст. 318 НК РФ) [2].

В конечном итоге для организации это будет означать увеличение налога на прибыль, подлежащего уплате в бюджет.

3. В налоговом учете отказаться от начисления амортизационной премии. К различиям между налоговым и бухгалтерским учетом может приводить использование организациями амортизационной премии, так как ее можно начислить только в налоговом учете (п. 9 ст. 258 НК РФ).

Благодаря применению такой премии организация вправе одновременно включить в расходы 10% от первоначальной стоимости приобретенных основных средств, а по объектам ОС, относящимся к третьей - седьмой амортизационным группам, - 30% от их стоимости.

Начисление амортизационной премии является очень эффективным методом налоговой оптимизации, позволяющим существенно снизить сумму налога на прибыль. Поэтому отказываться от применения амортизационной премии ради сближения налогового и бухгалтерского учета целесообразно только тем организациям, у которых основные средства составляют незначительную часть активов, например организациям оптовой торговли или сферы услуг.

Применение амортизационной премии является правом, а не обязанностью налогоплательщика, поэтому организация может начислять эту премию выборочно, например, только в отношении производственных основных средств либо объектов, включенных в определенную амортизационную группу.

4. Включать в налоговый учет в первоначальную стоимость основных средств все расходы, связанные с их приобретением. И в налоговом, и в бухгалтерском учете первоначальная стоимость объекта основных средств складывается из затрат организации на его приобретение, сооружение или изготовление, за минусом НДС и акцизов, однако на практике нередко возникают такие расходы, которые можно признать в налоговом учете в составе прочих, например, расходы на командировки, связанные с приобретением основного средства, технический осмотр купленного автомобиля, уплату госпошлины за постановку транспорта на учет, внесение таможенных сборов и пошлин. В бухгалтерском учете все перечисленные расходы увеличивают первоначальную стоимость основного средства.

Таким образом, чтобы первоначальная стоимость объекта ОС совпала в обоих учетах и не возникло расхождений в суммах начисленной амортизации, организации необходимо отказаться от единовременного признания подобных расходов как прочих и

включать их в налоговом учете в стоимость объекта. Соответствующие положения целесообразно отразить в учетной политике для целей налогообложения. Это приведет к временному увеличению налога на прибыль, но в конечном итоге организация все равно сможет полностью признать эти расходы в налоговом учете, хотя и с равномерной разбивкой в течение срока полезного использования объекта ОС.

5. Создать в налоговом учете резервы, которые обязательно должны быть сформированы в бухгалтерском учете. В бухгалтерском учете организации обязаны формировать резервы по сомнительным долгам, на оплату отпусков, выплату сотрудникам годового вознаграждения, ремонт основных средств, финансирование подготовительных работ в сезонных отраслях производства, осуществление природоохранных мероприятий, гарантийный ремонт и гарантийное обслуживание и отражать другие оценочные обязательства. В налоговом учете формирование перечисленных резервов не является обязательным, организация самостоятельно решает, создавать их или нет, и прописывает принятое решение в учетной политике для целей налогообложения. Однако, чтобы сближить учеты, такие резервы целесообразно сформировать не только в бухгалтерском учете, но еще и в налоговом.

6). Установить в бухгалтерском учете, что управленческие расходы не распределяются между видами деятельности. В налоговом учете управленческие расходы считаются косвенными и поэтому в полном объеме относятся к расходам текущего отчетного или налогового периода. В бухгалтерском учете эти расходы также можно признавать в себестоимости реализованной продукции, товаров, работ, услуг полностью в том отчетном году, в котором они были осуществлены. Если организация занимается несколькими видами деятельности, она вправе сначала распределить управленческие расходы за соответствующий месяц между этими видами деятельности, например, пропорционально сумме выручки. В этом случае указанные расходы сначала списывают в дебет счетов учета затрат, в частности счетов 20 «Основное производство», 23 «Вспомогательные производства» и 29 «Обслуживающие производства и хозяйства». Чтобы сближить налоговый и бухгалтерский учет, целесообразно в бухгалтерском учете сразу списывать всю сумму управленческих расходов в дебет счета 90 «Продажи» без предварительного их распределения между разными видами деятельности. Такой вариант признания этих расходов

необходимо закрепить в учетной политике для целей бухгалтерского учета (п. 20 ПБУ 10/99).

Также единовременное списание управленческих расходов на себестоимость продукции за каждый отчетный месяц не только позволяет устранить различия между налоговым и бухгалтерским учетом, но и в большей степени соответствует современным тенденциям в бухгалтерском учете и способствует его сближению с международными стандартами учета (МСФО).

7. Установить в бухгалтерском учете, что коммерческие расходы не распределяются между реализованной и нереализованной продукцией. В целом отражение в налоговом и бухгалтерском учете коммерческих расходов, то есть затрат, непосредственно связанных с реализацией продукции, товаров, работ и услуг, схоже с отражением управленческих расходов.

В налоговом учете коммерческие расходы относятся к косвенным и полностью признаются в месяце их осуществления, исключением являются лишь те коммерческие расходы, которые подлежат нормированию, например рекламные и представительские. Их можно признать при расчете налога на прибыль лишь в пределах установленного норматива (п. 2 и 4 ст. 264 НК РФ). Сверхнормативные расходы в целях налогообложения не учитываются.

В бухгалтерском учете коммерческие расходы отражаются на счете 44 «Расходы на продажу». Их можно либо сразу списать в дебет счета 90, либо предварительно распределить между реализованной и нереализованной продукцией, товарами, работами, услугами (п. 9 ПБУ 10/99) [3]. В первом случае организация учитывает всю сумму коммерческих расходов за отчетный период, во втором - лишь ту их часть, которая относится к реализованной продукции, товарам, работам, услугам.

Таким образом, чтобы сблизить налоговый и бухгалтерский учет, необходимо прописать в учетной политике для целей бухгалтерского учета, что коммерческие расходы текущего периода сразу списываются в дебет счета 90 без распределения между реализованной и нереализованной продукцией, товарами, работами, услугами.

Однако даже при таком варианте возможны различия между учетами, если у организации есть сверхнормативные расходы, так как в бухгалтерском учете она спишет эти расходы в полной сумме, а в налоговом сможет признать лишь в пределах норматива. Организации можно предусмотреть в учетной политике для целей бухгалтерского

учета, что расходы в пределах норматива учитываются на счете 44, а сверх норматива - на счете 91-2 «Прочие расходы».

Это поможет организации максимально приблизить налоговый и бухгалтерский учет в части отражения коммерческих расходов, хотя и повлечет проведение дополнительных операций в бухгалтерском учете.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ // СПС «Гарант».URL: <http://base.garant.ru/10900200/>

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ // СПС «Гарант».URL: <http://base.garant.ru/10900200/>

3. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99»: приказ Минфина России от 06.05.1999 № 33н: [в ред. от 06.04.2015] // СПС «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12508/

Борищева В.Ю., Пытина А.И.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Губернаторова Н.Н.

Калужский филиал Финуниверситета

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КРЕДИТНЫХ КАНИКУЛ КАК МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ НАСЕЛЕНИЯ И ОРГАНИЗАЦИЙ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

По мере распространения COVID-19 все страны мира столкнулись с рядом проблем, включая социальные и финансовые. В данной статье рассмотрены изменения, затронувшие финансовый сектор в области кредитования физических и юридических лиц. Необходимость данных изменений возникла в связи со снижением стоимости газа и нефти, изменениями на валютном рынке и изоляцией рынков различных государств, что в общей сложности привело к ограничению или невозможности движения товаров и людей. Кроме того, банкротство многих компаний, которое привело к массовой безработице и снижению уровня жизни, связано с негативными последствиями пандемии.

С начала распространения коронавирусной инфекции на территории России власти страны приняли ряд мер, которые помогли организациям и населению. Предоставление кредитных каникул предприятиям и предпринимателям стало одной из главных инициатив правительства.

3 апреля 2020 года Федеральным законом № 106-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)" и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части особенностей изменения условий кредитного договора, договора займа". Данный закон гарантировал отсрочку выплаты основной суммы долга по кредитам и займам, а также причитающихся по ним процентов на срок до шести месяцев в случае, если заемщик оказался в затруднительном положении и столкнулся с падением доходов на 30% и более. Право использовать льготный период распространялся на граждан, индивидуальных предпринимателей, а также малый и средний бизнес [1].

Использование кредитных каникул вовсе не заключалось в освобождении заемщика от обязательства по выплате долга.

Данные кредитные каникулы можно охарактеризовать следующими особенностями.

Во-первых, снижалась процентная ставка по кредиту - в льготный период она была равна двум третям среднерыночного показателя общей стоимости потребительского кредита (займа), рассчитываемого Банком России.

Во-вторых, банк или другой кредитор не мог сделать в этот в период:

— взимать единовременную выплату (штраф, пени, неустойку) в случае неисполнения или недопустимого исполнения обязательства по выплате кредита и причитающихся процентов. Если на неустойку уже был выставлен счет раньше, эта сумма будет установлена в день, когда был установлен льготный период, и должна быть выплачена после истечения льготного периода.

— требовать скорейшего исполнения кредитного договора;

— осуществлять взыскание под залог (ипотека).

Другими словами, если произошла просрочка по выплате ссуды в течение льготного периода, банк не мог, например, наложить штраф на сумму просрочки или заявить требование о досрочном погашении всей ссуды.

Как уже было сказано выше – льготный период мог быть предоставлен на срок до 6 месяцев. Кредитные каникулы можно было запросить только один раз для каждой ссуды.

В то же время для ипотечных кредитов можно было запросить, чтобы льготный период был рассчитан за месяц до даты отправки запроса кредитору. Для остальных кредитов начало периода не могло превышать 14 дней с даты обращения с требованием. Эти правила не применялись к кредитным картам - они подчинялись правилу,

согласно которому льготный период начинается в каждом случае с даты отправки долга кредитору.

Если заемщик не указал в своем требовании срок и дату его начала, то период считался 6 месяцев и отсчитывается с даты отправки требования кредитору. Также при установке льготного периода считалось, что условия договора будут изменены только на этот период.

При взятии кредитных каникул необходимо было определить соответствует ли ситуация условиям, дающим право на данный кредитный «отпуск». Эти условия должны были выполняться одновременно.

Сумы задолженностей заемщиков, при которых они имели право на получение льготного периода, составляли:

— по потребительским кредитам физическим лицам - 250 000 рублей;

— для ИП - 300 000 рублей;

— по кредитным картам - 100 000 рублей;

— по автокредитам – 600 000 рублей;

— по ипотечному кредиту – 2 000 000 рублей.

Конечно, такая поддержка крайне необходима заемщикам в условиях кризиса, но важно реализовать этот механизм таким образом, чтобы он, с одной стороны, не имел негативных последствий для клиентов, а с другой стороны, чтобы в результате сами банки не стали нуждаться.

В-третьих, заемщики могли запросить у кредитора перерыв, если их доход упал на 30% в предшествующем месяце по сравнению со среднемесячным. Кроме того, эти доходы должны быть подтверждены государством, то есть речь идет об официальном трудоустройстве.

Необязательно предварительно соблюдать это условие при подаче заявки. Однако следует быть готовым к необходимости предоставления таких документов по запросу кредитора.

В частности, заемщики могли подтвердить факт падения доходов следующими документами:

— справкой 2-НДФЛ (для граждан) и свидетельством 3-НДФЛ (для ИП и самозанятых) за текущий год и за 2019 год;

— выпиской из регистра получателей государственных услуг в сфере занятости населения – физических лиц о регистрации гражданина в качестве безработного;

— справкой о нетрудоспособности;

— другими документами, свидетельствующими об уменьшении доходов заемщика.

Если запрошенные документы не могли быть предоставленными, или если эти документы были недостоверны, либо окажется, что доход не уменьшился более чем на 30%, то в предоставлении кредитных каникул будет отказано.

Важно помнить, что в любом случае, даже если доход заемщика снизился менее чем на 30% или в других сложных обстоятельствах, он может воспользоваться одной из программ реструктуризации, предоставляемые банками: они обычно предполагают продление срока кредита, начисление пеней и штрафов. В отличие от каникул, исходя из закона банки готовы сообщать о неофициальных доходах, заболеваниях и случаях инвалидности, не связанных с коронавирусом, и эти программы действуют непрерывно, а не только во время кризиса.

Поскольку не все граждане, занимающиеся коммерческой деятельностью, делают это официально, то введение кредитных каникул сразу привело к росту мошенничества: были размещены объявления с обещанием не платить банкам, в том числе поддельные справки 2-НДФЛ и справки о заражении коронавирусом. В данном случае правительство попыталось защитить кредитные организации: закон позволяет банкам проверять эту информацию в ФНС. Таким образом, если с этого дохода не был уплачен налог, мошенничество будет выявлено немедленно.

Если заемщик просто сообщил ложную информацию и получил отсрочку, но выяснилось, что он не имел на это никакого права, то все пропущенные платежи будут восстановлены и отправлены на просрочку - и заемщик столкнется с 12 крупными просрочками сразу за несколько месяцев. Это грозит штрафами, пенями, плохой кредитной историей.

В-четвертых, при подаче заявления на предоставление кредитных каникул по тому же кредитному договору не должен предоставляться льготный период (так называемые «ипотечные каникулы») в связи со сложной жизненной ситуацией на основании статьи 6.1-2. Федерального закона от 21 декабря 2013 г. № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займах)». Следует отметить, что такой льготный период связан с ипотекой до 15 миллионов рублей на единственное жилье.

Согласно данным, представленным Центральным Банком РФ, за 2020 год банки получили около 393 тыс. заявлений о предоставлении кредитных каникул [3]. Однако только половина из рассмотренных заявок была одобрена. При этом большая доля положительных решений приходится на требования по предоставлению кредитных каникул по ипотечным кредитам – более 70 % от рассмотренных

заявлений.

Фактически, около 160 тыс. требований экономических субъектов по предоставлению кредитных каникул были удовлетворены. Общая сумма данных требований составила свыше 82 млрд рублей.

В настоящий момент времени данная мера поддержки малого и среднего бизнеса не действует, т.к. кредитные каникулы длились с 1 апреля по 1 октября 2020 года. Поэтому, начиная с 1 октября 2020 года, требования кредитных каникул рассматриваются банками в рамках собственных программ, следуя рекомендациям Центрального Банка РФ.

Таким образом, кредитные каникулы позволили как юридическим, так и физическим лицам сконцентрировать свои денежные средства и другие активы на удовлетворение своих первоначальных потребностей в условиях экономического кризиса, вызванного пандемией коронавирусной инфекцией.

Список литературы

1. Федеральный закон "О внесении изменений в Федеральный закон "О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)" и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части особенностей изменения условий кредитного договора, договора займа" от 03.04.2020 № 106-ФЗ

2. Бессонова, Е. Аналитическая записка: Производительность и кредитование в период пандемии // Е. Бессонова, С. Попова, Н. Турдыева, А. Цветкова // Банк России. – 2020. – 19 с. - URL: https://cbr.ru/StaticHtml/File/116475/analytic_note_20201221_dip.pdf (дата обращения: 18.01.2021.)

3. Сайт Центрального Банка Российской Федерации: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru> (дата обращения: 18.01.2021.)

Бороздина В.Д.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тульский филиал Финуниверситета ОРГАНИЗАЦИЯ АУДИТА ПОСОБИЙ ПО НЕТРУДОСПОСОБНОСТИ

На сегодняшний день, в условиях распространения пандемии вируса COVID-19, организации и работодатели столкнулись с проблемами правильного начисления пособий по временной нетрудоспособности, возникшими в связи с режимом самоизоляции.

Пособие по временной нетрудоспособности до марта 2020 рассчитывался в соответствии с предельными значениями показателей среднего заработка. Данный вид выплат призван компенсировать

работнику заработную плату, утраченную на время болезни или по некоторым другим причинам.

Право на пособие по временной нетрудоспособности имеют только застрахованные на случай наступления временной нетрудоспособности граждане.

Эти лица подлежат обязательному страхованию на случай временной нетрудоспособности, и работодатели обязаны за них платить соответствующие взносы в ФСС. ФЗ о пособиях по временной нетрудоспособности (№255-ФЗ от 29.12.2006г.) определяет, что выплаты осуществляются в случае [3]:

- болезни или травмы самого застрахованного лица;
- болезни ребенка или другого члена семьи, вследствие чего за ними необходим уход;
- карантин самого застрахованного гражданина или ребенка до 7 лет, посещающего детское дошкольное учреждение, а также иного недееспособного члена семьи;
- протезирования в специализированном учреждении на условиях стационара;
- долечивания сразу после прохождения стационарного лечения в российских санаториях [6].

Учет пособий по временной нетрудоспособности ведут работодатель и Фонд социального страхования, ведь именно из его средств осуществляется финансирование (в случае утраты трудоспособности застрахованного лица первые три дня лечения оплачивает работодатель). Выплаты производятся за весь период утраты трудоспособности, долечивание в санатории оплачивается из расчета не более 24 календарных дней. Особенное значение срок выплаты имеет при нахождении на больничном ребенка или члена семьи и необходимости ухода за ними (табл. 1).

При аудите начислений пособий по временной нетрудоспособности аудитор обязан знать, что по новым правилам нужно рассчитывать минимальный среднедневной заработок с учётом районного коэффициента и коэффициента занятости. Для этого используйте формулу:

$$\text{МРОТ} \times \text{РК} \times \text{КЗ} \times 24 / 730$$
, где:

- МРОТ — минимальный размер оплаты труда берётся на дату начала больничного, поэтому если он начался в декабре 2020, используйте МРОТ 12 130 рублей, если начался уже в 2021 — 12 792 рубля;
- РК — районный коэффициент;

- КЗ — коэффициент занятости на дату начала нетрудоспособности;
- 24 — количество месяцев в двух годах;
- 730 — количество календарных дней в двух годах.

Таблица 1 – Сроки выплат пособия [6]

| Возраст и заболевание | Срок оплаты |
|---|--|
| До 7 лет | Весь период лечения (амбулаторного или совместного пребывания в стационаре), но общий срок нахождения на больничном с ребенком (по любым основаниям) не должен превышать 60 календарных дней в году. До 90 дней этот срок увеличивается, если заболевание упомянуто в приказе Минздравсоцразвития №84н от 20.02.2008 |
| От 7 до 15 лет | До 15 календарных дней. Этот срок выделяется на каждый случай лечения, однако максимальный срок не должен превышать 45 календарных дней в году |
| Ребенок-инвалид до 15 лет | За весь период лечения, но не более 120 дней 120 календарных дней суммарно по всем случаям |
| До 18 лет, если ребенок ВИЧ-инфицирован или болен раком | Без ограничения срока, если лечение осуществляется на условиях стационара при совместном пребывании с родителем |
| В остальных случаях при амбулаторном лечении | Не более 7 календарных дней по каждому случаю и не более 30 календарных дней в год по всем случаям ухода суммарно за данным членом семьи |

Затем рассчитанный фактический среднедневной заработок сравнивается с минимальным. Для дальнейшего расчёта выбирается наибольшая величина из двух. Теперь нам необходимо рассчитать размер пособия, которое работник должен получить за период нетрудоспособности в соответствии с рассчитанным средним дневным заработком. Для этого используйте формулу:

СРЕДНИЙ × ПРОЦЕНТ × ДНИ, где:

- СРЕДНИЙ — сумма среднедневного заработка;
- ПРОЦЕНТ — размер (процент) оплаты пособия;
- ДНИ — количество дней пособия в календарном месяце с таким процентом оплаты.

Затем полученную сумму надо сравнить с минимальным размером пособия, рассчитанным исходя из МРОТ с учётом районного коэффициента и коэффициента занятости. Для этого используйте формулу:

$МРОТ \times РК \times КЗ \times ДНИ / ККД$, где:

- МРОТ — минимальный размер оплаты труда на первый день календарного месяца, который оплачивается. Так, если больничный начался в декабре, а продолжился в январе, то для декабря будет взята сумма 12 130 рублей, а для января 12 792 рубля;

- РК — районный коэффициент;

- КЗ — коэффициент занятости на дату начала нетрудоспособности;

- ДНИ — дни пособия, приходящиеся на этот календарный месяц;

- ККД — количество календарных дней в месяце, в котором находится период нетрудоспособности.

Дальше при расчёте пособия используется большая сумма. Если минимальный размер пособия окажется больше, чем пособие рассчитанное по среднему, то сотруднику надо будет выплатить минимальный размер пособия.

Размер дотации зависит от страхового стажа:

- если застрахованное лицо имеет страховой стаж 8 лет и более — уплачивается 100% среднего заработка;

- если от 5 до 8 лет — 80%;

- до 5 лет — 60% [5].

При этом из данного правила имеются исключения.

В случае выплаты дотации за страховой случай (заболевание, травма), наступивший после прекращения трудового договора или определенной деятельности, размер его не может превышать 60% от среднего заработка.

Пособие по временной нетрудоспособности в 2021 выплачивается по новым правилам, информация представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Расчет пособия по временной нетрудоспособности [6]

| Показатель | Значение с 1 января |
|--|--|
| Расчетный период | 2019 и 2020 г. |
| Предельное значение заработка | 2019 — 865 000 руб 2020 — 912 000 руб |
| За расчетный период | — 1 777 000 руб |
| Максимальное значение среднедневного заработка | 2434,24 руб |
| Минимальное значение среднедневного заработка | 420,56 руб |
| МРОТ | 12792 руб |
| Количество дней расчетного периода | 730 |

Так же аудитор должен проверить правильность отражения оплаты пособия по временной нетрудоспособности в бухгалтерском учете.

Начислено пособие по временной нетрудоспособности за счет средств Фонда социального страхования: Дебет счета 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению» субсчет 1 «Расчеты по социальному страхованию» Кредит счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда».

Начислено пособие по временной нетрудоспособности за счет средств работодателя: Дебет счетов 20 «Основное производство», 23 «Вспомогательные производства», 29 «Обслуживающие производства и хозяйства», 44 «Расходы на продажу» и. т.д. Кредит счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда».

Рассмотрим пример расчета пособий.

Расчет больничного в 2021 году исходя из среднего заработка:

Работник болел с 11 по 18 января 2021 года. Зарплата за 2020 год составил 950 000 руб., за 2019-й — 880 300 руб. Исключаемых периодов не было. Страховой стаж сотрудника — 13 лет. Так как фактический заработок больше лимита, бухгалтер рассчитал пособие в пределах максимальной величины. Средний дневной заработок составил 2434,25 руб. $(865\ 000\ \text{Р} + 912\ 000\ \text{Р}) : 730\ \text{дн.}$. Общая сумма пособия — 19 474 руб. $(2434,25\ \text{Р} \times 8\ \text{дн.})$. НДФЛ с пособия составил 2532 руб. $(19\ 474\ \text{Р} \times 13\%)$. Сотрудник получил на руки 16 942 руб. $(19\ 474 - 2532)$.

Расчет пособия при заболевании сотрудника в январе 2021 года с учетом МРОТ:

Сотрудник болеет 10 дней в период с 6 по 15 января. 16 января он приносит работодателю больничный лист. Зарплата сотрудника за 2019–2020 годы составил 100 000 руб. Страховой стаж – 4 года и 2 месяца, поэтому пособие положено в размере 60 процентов заработка. Федеральный МРОТ с 1 января 2021 года равен 12 792 руб. В регионе не применяют районные коэффициенты. Пособие из фактического заработка составило 821,92 руб. $(100\ 000\ \text{руб.} : 730\ \text{дн.} \times 10\ \text{дн.} \times 60\%)$. Пособие из фактического заработка сравнивают с пособием из МРОТ за полный месяц в размере 12 792 руб. Назначают больничное пособие в той сумме, которая больше.

Пособие за полный январь 2021 года равно 12 792 руб., а за 10 дней января – 4126,45 руб. $(12\ 792\ \text{руб.} : 31\ \text{дн.} \times 10\ \text{дн.})$. Это больше, чем пособие из фактического заработка, поэтому больничное пособие берут в этой наибольшей сумме.

В случае нетрудоспособности работника, срочный трудовой договор с которым заключен на срок до 6 месяцев, пособие выплачивайте не более чем за 75 календарных дней, приходящихся на период действия такого договора (ч. 4 ст. 6 Закона № 255-ФЗ). Это

ограничение не распространяется на случай заболевания работника туберкулезом.

Данный порядок расчета действовал до марта 2020 года

Стремительное распространение инфекции COVID -19 вынуждает законодателей вносить временные корректировки в действующие правила оформления больничных, алгоритмы расчета и выплаты пособий по нетрудоспособности, которые начали действовать с 1 марта 2020 года.

Новая норма выплат по листку нетрудоспособности вводится в качестве одной из мер социальной поддержки населения в непростых экономических условиях.

Таким образом, новый порядок установлен только для одного расчетного показателя — минимального допустимого размера пособия по нетрудоспособности, ниже уровня которого устанавливать больничное пособие не допускается. В остальных правила расчета больничных не изменились.

Эта мера направлена, в основном, для поддержки молодых людей, кто оказался на больничном, и чьи доходы по больничному листу могут оказаться крайне низкими из-за небольшого трудового стажа или маленькой зарплаты. По оценкам Минтруда это около 2,3 млн россиян. На реализацию новой расчетной нормы направили 7 млрд руб. из бюджета.

Еще одна важная корректировка существующих правил — введен особый порядок оформления и выплаты пособий по временной нетрудоспособности в случае карантина (рисунок 2): [7]

Ранее по общим правилам расчет больничного из МРОТ производится в строго ограниченных случаях: при стаже работника менее полугода, отсутствии заработка в расчетном периоде и др. (п. 6-8, п. 3 ст. 11, п. 1.1 ст. 14 Закона от 29.12.2006 № 255-ФЗ «Об обязательном социальном страховании...»). Расчет пособия ведется исходя из федерального МРОТ на дату открытия больничного (в 2021 году — это 12 792 руб.) [7].

Цель введения временных правил: предотвратить распространение новой инфекции и обеспечить санитарно-эпидемиологическое благополучие населения РФ.

Временный порядок допускает, что застрахованное лицо вправе самостоятельно сообщить своему работодателю номер сформированного ему электронного листка нетрудоспособности (п. 13 Временных правил, утв. Постановлением Правительства РФ от 18.03.2020 № 294).

В случае очного оформления больничного листа фельдшером или врачом информацию о выдаче (формировании) электронного больничного листа медорганизация должна передать в ФСС не позднее

следующего рабочего дня после его оформления.

От работодателя требуется только одно — вовремя передать в ФСС сведения для расчета пособия. Правила их передачи аналогичны порядку передачи сведений при участии в пилотном проекте «Прямые выплаты».

Таким образом, на сегодняшний день существует множество нюансов выплаты пособий по временной нетрудоспособности с учетом распространения вируса COVID-19, в связи с этим аудиторы необходимо повысить контроль за порядком и законностью начислений пособий.

Список литературы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации. [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 24.04.2020). СПС Консультант Плюс. (Дата обращения 07.05.2021)

2. Об обязательном социальном страховании на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством» [Электронный ресурс]: федер. закон от 29.12.2006 №255-ФЗ (ред. от 27.12.2019). СПС Консультант Плюс. (Дата обращения 07.05.2021)

3. Приказ Министерства здравоохранения и социального развития РФ «Об утверждении Порядка выдачи листков нетрудоспособности» от 29 июня 2011 г. N 624н

4. Василенко М.Е., Иванова А.И. Расчет пособия по временной нетрудоспособности в 2019 году // АНИ: экономика и управление. 2019. №3 (28).

5. Балашев Н. Б., Кузнецова А. В., Анализ преимуществ и недостатков реализации пилотного проекта Фонда социального страхования России «Прямые выплаты» на примере Тульской области // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. №6-2.

6. Лямина И.В. Новый порядок расчета пособий по временной нетрудоспособности, беременности и родам // Финансовая газета. Региональный выпуск. 2019. № 23. с.11-13.

7. Как с 1 января 2021 года считать больничное пособие Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.glavbukh.ru/art/100462-raschet-bolnichnogo-lista-v-2021-godu-po-novomu-primery-rascheta> (дата обращения: 07.05.2021)

Брыляков А.Г.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефедова С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

**ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА
СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Поэтапный переход российской экономики к рынку был связан с процессом развития предпринимательства. «Предпринимательство –

это важная часть рыночной экономики, потому что именно предпринимательская деятельность может обеспечить экономический рост, а также обеспечить производство разнообразной продукции, которая сможет удовлетворить потребности населения» [1].

Статичная работа современных организаций невозможна без хорошо организованного бухгалтерского и налогового учёта. Важно знать, что без малого и среднего предпринимательства у экономики РФ не будет возможности к развитию и существованию как таковому. Анализ вопросов, связанных с бухгалтерским учётом малого и среднего предпринимательства (МСП) является наиболее актуальным в данное время.

Советом при Президенте РФ по стратегическому развитию был разработан некий «Паспорт», который представляет собой список мер помощи предпринимательству в период от 2018 до 2024г. [2].

Из этого следует, что МСП являются значимой частью экономики. Также перед вышеназванным Советом поставлена задача по увеличению доли МСП до 32,5% к 2024 году[3].

Одним из наиболее значимых показателей деятельности МСП будет оптимальная организация процесса бухгалтерского учёта это связано с тем, что льготы могут быть получены только при прозрачной и достоверной отчётности.

Бухгалтерская служба должна учитывать не только закрепленные в законодательстве требования по хранению, сбору и обработке информации о хозяйственной деятельности организации, но также формировать актуальную и достоверную отчетность в объеме, необходимом для привлечения финансирования и поиска инвестиций.

Наиболее ёмким решением в данной ситуации будет создание плана внедрения, что, повысит информативность учёта.

Перевод на МСФО для МСП является приближением к последним стандартам бухгалтерского учета и отчетности, что означает увеличение доли финансовой грамотности среди сотрудников в области бухгалтерского учета. Кроме того, предоставление отчетности в соответствии с МСФО является основой для успешного расширения международного сотрудничества и приобретения кредитных ресурсов. Даже если не смотреть на явное превосходство упрощенного стандарта, на мой взгляд, сегодня не так много шансов расширить его использование в России. В основном это идёт вместе с неразвитостью МСП по всей стране. Большинство фирм, использующие МСФО в нашей стране, являются либо

крупными компаниями, либо дочерними предприятиями зарубежных компаний. В первом случае использование упрощенного стандарта неприемлемо, во втором нецелесообразно, так как во время консолидации потребуются дальнейшие поправки для приведения отчетности в соответствии с требованиями МСФО.

Очевидно, что существует необходимость в реформировании бухгалтерского учета для МСП, и МСФО. Для МСП это документ, который учитывает все требования, охватывает все объекты бухгалтерского учета и дает исчерпывающие ответы на вопросы бухгалтерского учета и финансовой отчетности в соответствии с процедурами учета мировых тенденций развития.

Поэтому для совершенствования нормативно-правовой базы бухгалтерского учета малого бизнеса целесообразно разработать отдельное положение о бухгалтерском учете для малых предприятий на основе принципов МСФО.

Список литературы

1. Паспорт национального проекта "Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы" // Правительство России <http://government.ru/info/35563/> (дата обращения: 06.04.2021).

2. Информационные материалы о национальном проекте "Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы" // Правительство России <http://government.ru/info/35563/> (дата обращения: 06.04.2021).

Буравцова В.М.

Научн. рук.: канд. экон. наук., доц. Нефедова С. В.

Тульский филиал Финуниверситета

КРЕДИТОРСКАЯ И ДЕБИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТИ, ИХ МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ

Одним из основных способов улучшения продаж и развития бизнеса является увеличение кредитных продаж, то есть расширение условий оплаты, увеличения продаж и дальнейшего развития бизнеса является продажа с отсрочкой платежа, т. е. продление покупателям сроков оплаты, в то время как это, в свою очередь, увеличивает риск своевременного возврата денежных средств, что приводит к ущербу и утрате состоятельности (платежеспособности). Поэтому нужно ввести и разработать эффективную систему проверок дебиторской задолженности, чтобы проводить текущий анализ и прогнозирование финансовой состоятельности организации. Это, по сути, увеличивает

риск неплатежей, который представляет собой бухгалтерский убыток, который может материализоваться в банкротстве. Исследование дебиторской задолженности должно быть сосредоточено на следующих аспектах: оценка характера дебиторской задолженности, прогнозирование вероятной суммы дебиторской задолженности, проведение обоснованной кредитной политики, определение сроков погашения дебиторской задолженности и разработка механизма сопоставления дебиторской и кредиторской задолженности.

При разработке политики потребительского кредитования организация должна учитывать следующие ключевые вопросы:

- рассрочка платежа (наиболее удобный вариант-несколько типовых договоров, предусматривающих разные сроки оплаты);

- стандарты оценки кредитного скоринга (ведение списка критериев для контрагентов, которым разрешено совершать сделки по продаже в рассрочку);

- методы инкассации дебиторской задолженности (например, тесное сотрудничество с должниками в случае возникновения просроченной задолженности, система санкций в отношении недобросовестных контрагентов по договорам и т. д);

- разработка системы дисконтирования.

Утверждается, что кредитоспособность является основой для разработки стандартов оценки покупателя и дифференциации условий рассрочки. Под кредитоспособностью обычно понимается

совокупность условий, при которых покупатель может получить кредиты и своевременно выполнить свои финансовые обязательства, связанные с ними.

Определение таких стандартов является одним из основных моментов при работе с кредитным риском. Чтобы разработать систему для анализа дебиторской задолженности необходимо опираться на стратегию и цели для развития организации, что могут определить деятельность предприятия.

Следующие факторы оказывают влияние на дебиторскую задолженность предприятия:

- Условия оплаты по договору поставки
- Своевременная оплата от покупателей
- Качество анализа дебиторской задолженности и последовательное применение его результатов

При проведении анализа деятельности предприятия на удовлетворительном уровне должна быть доступна информация о следующих факторах:

- Сумма дебиторской задолженности и ее структура по датам

возникновения;

- Объем просроченной дебиторской задолженности
- Риски, связанные с задержкой обещанных платежей и возможные убытки

С помощью данной информации мы можем спокойно оценивать надёжность дебиторской задолженности и тд. Это поможет нам создать предпосылки для перехода от пассивного контроля к активному.

Обоснование и внедрение кредитной политики является основной целью для анализа дебиторской задолженности, что направлена на снижение рисков по платежам и стимулирование продаж.

Задачи для анализа:

- Оценка состояния дебиторской задолженности, ее состава и структуры;
- Формирование аналитической информации
- Разработка кредитной политики организации, объясняющая кредитные лимиты и условия кредитов.
- Определение оптимальной стоимости дебиторской задолженности
- Надзор за соотношением условий по кредитам

Для более полного вида размер дебиторской задолженности и её структуры можно провести анализ опираясь на данные баланса. Данные управленческого же учета можно предоставить для целей внутреннего анализа.

С одной стороны, мягкая кредитная политика создает больше работы для фирмы, потому что она должна анализировать своих клиентов, проводить статистику, следовательно, увеличивать расходы фирмы. Однако строгая кредитная политика имеет и свои недостатки. Основным недостатком жесткой кредитной политики является потеря клиентов, что также приведет к снижению доходов. Был сделан следующий вывод: увеличение периода оборачиваемости дебиторской задолженности и товарно-материальных запасов и сокращение периода оборачиваемости кредиторской задолженности приводит к сокращению денежных средств и их эквивалентов. Кроме того, сокращается период оборачиваемости кредиторской задолженности и товарно-материальных запасов и увеличивается оборачиваемость.

Список литературы

1. Дербичева, А.А., Белова, Е.Л. Актуализация функциональной роли дебиторской задолженности в достижении устойчивого

финансового положения организации // Теоретические и практические вопросы развития бухгалтерского учета, анализа и аудита в современных условиях. 2019. С. 127-133.

2. Дербичева, А.А. Анализ состояния дебиторской и кредиторской задолженности и направления их оптимизации // Калужский экономический вестник. 2017. № 3. С. 24-27.

3. Харабадзе, Э., и Джикия, М. Некоторые аспекты анализа дебиторской и кредиторской задолженности [Электронный ресурс] // Архив бизнес-исследований. 2018. №6(6). С. 237-242. <http://dx.doi.org/10.14738/abr.66.4749>. 238

Васильева А.О.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Проскурнова К.Ю.

Ярославский филиал Финуниверситета

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ И ЧАСТНЫЕ ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ПАРКИ – КТО ЭФФЕКТИВНЕЕ?

Индустриальные парки предоставляют платформу для стабильного и долгосрочного развития отраслевого сегмента в конкретном регионе, увеличивают количество новых рабочих мест, создают необходимую рабочую и деловую среду, снижают зависимость от импорта, повышают уровень интеллектуального потенциала и способствуют развитию роста налоговых поступлений.

Индустриальный парк – это крупная территория, специально организованная для размещения новых производств, с подготовленной инфраструктурой и административно-правовыми условиями. Такой парк управляется специализированной компанией, при этом часть территории, предназначенная для офисов и складов, обычно относительно небольшая [2].

Количество частных и государственных индустриальных парков стремительно увеличивается с каждым годом. По статистике, в целом за последние пять лет количество индустриальных парков возросло более чем в полтора раза. В то же время количество предприятий, которые являются резидентами индустриальных парков, увеличилось более чем вдвое.

По состоянию на первый квартал 2019 года, согласно данным Ассоциации индустриальных парков, в России действует более 220 промышленных площадок. 2019 год показал ожидаемые темпы роста индустриальных парков в Российской Федерации от 10% до 20% по различным ключевым показателям [3].

Количество действующих и развивающихся парков заметно увеличилось и продолжает тенденцию прошлых лет. При этом доля

бизнес-парков по-прежнему вдвое превышает долю создаваемых, что свидетельствует о естественном здоровом развитии отрасли: по мере появления новых проектов они переносятся из уже созданных в уже действующие.

За 2019 год в индустриальных парках размещено 335 проектов, которые позволили создать около 15 тысяч рабочих мест. Большая часть из которых - это малые и средние предприятия, расположенные на готовых производственных объектах.

Как показывает практика, инфраструктура индустриальных парков в настоящее время востребована компаниями, в основном, малыми и средними. Согласно исследованию состава резидентов индустриальных парков, проведенное сетью индустриальных парков DEGA Development в конце 2018 года, показало, что более 60% резидентов индустриальных парков в РФ – это малые и средние отечественные предприятия.

При этом доля малых и средних предприятий, которые являются или намерены стать резидентами индустриальных парков, составляет 68% по сравнению с 32% крупных бизнесов [3].

По итогам 2019 года в индустриальные парки было привлечено 1,254 трлн рублей инвестиций от компаний-резидентов, из которых 40% являются вложениями российских организаций, а остальные – инвестиции компаний из 33 стран, в том числе крупнейших экономик мира – США, Японии, Германии, Франции, Китая, Италии, а также Австрии, Турции, Швеции [1].

Выделение государством значительных ресурсов на развитие промышленных парков, разработку стандартов и нормативно-правовой базы указывает на то, что у парковых проектов большое будущее. Малый бизнес – главная надежда правительства, и его рост будет способствовать развитию экономики России и более быстрому снятию санкций.

Организация индустриального парка – довольно сложная задача, требующая больших не только финансовых, но и трудовых затрат.

Инициатором проекта индустриального парка может быть любое физическое или юридическое лицо, имеющее право аренды или владения землей промышленного назначения, которая в будущем будет составлять территорию технопарка.

По форме собственности все индустриальные парки России можно разделить на две группы:

- государственные промышленные парки;
- частные технопарки.

Наиболее часто индустриальные парки можно отнести к первому типу, вопреки тому, что государственных проектов в чистом виде немало количество. Встречается и такой вариант, когда на первом этапе создания нового технопарка основные средства в развитие инфраструктуры будущего предприятия получают из государственного бюджета, а непосредственным развитием занимается частная управляющая компания.

Главное отличие государственных индустриальных парков в том, что они, как правило, ориентированы на привлечение крупных иностранных резидентов, в то время, как частные технопарки отдают предпочтение отечественным средним и малым компаниям.

При организации государственного индустриального парка, за основу берутся большие участки, от 20 до 1000 Га. Основная задача таких промышленных земель – привлечение новых налогоплательщиков и создание большого объема дополнительных рабочих мест, что, в свою очередь ведет к экономическому развитию какого-либо региона и повышению уровня жизни его населения [5].

Государственные технопарки в силу специфики своей деятельности и поставленных задач не ставят перед собой цель – сдать землю в аренду или продать ее в кратчайшие сроки, поэтому могут позволить себе создавать индустриальные парки такого большого размера.

Частные парки в основном нацелены на получение коммерческих преимуществ. Их площади, как правило, начинаются от 2 и не превышают 300 га, и основная задача такой деятельности – это высокая скорость поиска новых резидентов и обеспечение долгосрочного сотрудничества, в том случае, если земля не продается, а сдается в аренду.

Существует еще один тип индустриальных парков: форма государственно-частного сотрудничества. Такая организация возникает, когда у муниципальных властей есть возможность выделить земли промышленного назначения, а частная компания готова вложить свой труд и финансовые ресурсы в создание индустриального парка.

Создание индустриальных парков обладает большим количеством возможностей на разных уровнях [4]:

- для производственной компании – готовая земля, на которой можно строить производство. Кроме того, девелоперская компания может построить для нее корпус, и сдать в аренду, либо продать;
- для иностранного инвестора – готовая площадка рядом с рынком предполагаемого сбыта;

– для региона – готовое место для локализации производителя в соответствии с санитарными и другими нормами; создание рабочих мест; налоговые поступления, взносы в социальные фонды и т.д.;

– для страны – развитие своей промышленности (паркам требуется электроэнергия, транспорт и многое другое); создание новых рабочих мест и на производствах, и в обслуживании парков; увеличение поступления налогов бюджет.

Обе разновидности индустриальных парков имеют свои преимущества и недостатки. Они нацелены на разные задачи, у одних это – привлечение крупных иностранных инвесторов, а у других – эффективное развитие малого и среднего бизнеса. Важно, чтобы государственные и частные индустриальные парки могли работать в синтезе, таким образом удастся достичь наибольшего результата.

Список литературы

1. Маркова Н.И., Мухутдинов Л.К. Государственная поддержка индустриальных парков российской федерации // Аллея науки. – 2019. – Т.1. №1 (28). – 568-572с.

2. Праченко А.А. Государственные индустриальные парки – роль в инновационном развитии регионов // Регион: системы, экономика, управление. – 2019. – № 3 (46). – 62-72с.

3. Годовой отчет Ассоциации индустриальных парков России по итогам 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://indparks.ru/upload/iblock/2e2/summary%202020%20AIPupdo%20\(1\).pdf](https://indparks.ru/upload/iblock/2e2/summary%202020%20AIPupdo%20(1).pdf)

4. Индустриальные парки. Основные виды, преимущества и выгоды для участников рынка и проблемы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/id/5e7897962cfd9513394487f8/industrialnye-parki-chto-eto-osnovnye-vidy-preimuscestva-i-vygody-dlia-uchastnikov-rynka-i-problemy-razvitiia>

5. Проблемы и перспективы индустриальных парков России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://t-parki.ru/stati/192-problemy-i-perspektivy-industrialnyix-parkov-rossii.html>

Вахильчук О.В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц., проф. Костина О.И.

Калужский филиал Финуниверситета

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ НЕФТЕГАЗОДОБЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «ГАЗПРОМ»)

Для Российской Федерации важной темой является добыча и реализация полезных ископаемых, в особенности, нефти и газа. Факт

этого может быть подтверждён существованием следующих налогов: на добычу полезных ископаемых, на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья. Каждая отрасль имеет свою специфику, особенности, риски – всё это является основой для разработки тактики и стратегии для каждой конкретной организации.

ПАО «Газпром» [15] в 2020 году входит в десятку рейтинга самых крупных организаций мира по размеру выручки и по объёмам добычи жидких углеводородов. Стратегия организации до 2030 года включает в себя дальнейшее продвижение в данных рейтингах, а также увеличение получаемой прибыли от продаж на тонну и удержание значения рентабельности среднего используемого капитала (RoACE) выше 15%.

2020 год показал, что последняя стратегическая цель, к сожалению, сильно зависима от внешних рисков. Одним из таких рисков стал COVID-19, который явился причиной сильного падения рентабельности среднего используемого капитала. Заболевание крайне быстро снизило спрос на нефть, также, как и цены на неё из-за резкого прекращения расходования прежних объёмов топлива людьми во всём мире. Попытка создать договорённость о сокращении добычи только усугубила ситуацию. Некоторые эксперты в то время считали, что спрос на нефть никогда не будет превышать доковидный уровень из-за глобального перехода на альтернативные источники энергии, но в России, сейчас, по словам А. Новака [10], он превышен. Из этого следует, что большинство нефтедобывающих организаций в ближайшем будущем будут уверенно генерировать прибыль, продолжая своё развитие.

Нефтегазодобывающая отрасль имеет валютные риски, которые могут нанести ей огромный вред, но с 2018 года, курс доллара к рублю показывал рост, и данное обстоятельство принесло организации дополнительный прирост выручки от реализации продукции в зарубежные страны.

Риски отрасли добычи газа заключаются в переходе на альтернативные источники энергии домохозяйств, автовладельцев, организаций, а также на сокращении потребления газа как в целях отопления помещений, так и в целях создания электроэнергии. Но, несмотря на это, использование газа не прекратится, так как он используется в производстве азотных удобрений и синтезе полимеров. Главными рисками для ПАО «Газпром» являются санкции ЕС, США и других стран, которые значительно затрудняют возможности сбыта, производимой организацией, продукции, а также возможность массового открытия добычи странами с имеющимися запасами

сланцевого газа, его добычи. Ещё одним риском для ПАО является отказ европейских страховщиков страховать проекты. Примером тому может случить отказ от страхования «Северного потока – 2». Помимо вышеперечисленных рисков, ПАО «Газпром» и прочие организации данной отрасли, имеют и другие риски: экологические, ценовые и прочие.

В прогнозе социально-экономического развития РФ на 2021-2023 годы Министерства экономического развития содержатся возможные варианты развития страны. В его рамках в 2021 году прогнозируется добыть 517,8 млн. тонн, в 2022 – 552,4 млн. тонн, в 2023 – 560 млн. тонн, при ценах за баррель нефти в 2021 году – 45,3 долл. США, и диапазоне цен в 2022-2023 годах 46-48 долл. США за баррель. Среднегодовой курс рубля к доллару оценивается в 72,4 руб. за долл. США в 2021 году, 73,1 руб. за долл. США в 2022 году и 73,8 руб. за долл. США к 2023 году [9]. При этом, некоторый объём дополнительных доходов нефтегазовой отрасли, расчёт которого осуществляет Министерство финансов, будет использоваться для перечисления в ФНБ в виде купленной иностранной валюты. Так как спотовая цена сырой нефти марки Urals с начала 2021 года по 7 апреля превышала прогнозируемые значения, как и курс рубля, можно говорить о том, что доходы в скором времени поступят в Фонд национального благосостояния. На сайте Минфина России, по состоянию на 5 апреля, имеется информация о прогнозе получения дополнительных доходов в указанном месяце, в связи с чем, с 7 апреля по 7 мая будет проведена покупка валюты в размере 8,4 млрд. руб./день [7]. В 2020 году 99,8 млрд. руб. средств фонда было направлено на поддержку федерального бюджета. В целом в прошлом году было потрачено 293,5 млрд. руб. [5]. Средства фонда по итогам года увеличились, что показывает важность наличия средств в ФНБ для финансирования экономики в кризисное время. Стоит заметить, что средства фонда неравномерно возрастают с июля 2019 года [8].

Прибыль, полученная нефтедобывающими организациями, как было сказано ранее, подлежит налогообложению налогами на добычу полезных ископаемых и налогом на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья. Таким образом, деятельность нефтедобывающих организаций прямо влияет на величину доходов федерального бюджета. На основе представленных данных о курсе рубля, объёме добычи и цене за баррель нефти, произведём прогнозный расчёт поступления средств от продажи нефти, предполагая, что весь добытый объём будет продаваться по приведённым значениям. Для начала произведём расчёт ставки налога

на добычу полезных ископаемых. Коэффициент $K_{ц}$ с учётом используемых данных в 2021 году равен 8,41, в 2022 – 8,96, в 2023 – 9,05. Коэффициент D_m примем равным единице. Следовательно, ставки налога будут следующими: 7732,25, 8235,49, 8314,37. Сумма налога, исчисленная в бюджет, составит 3999,1 млрд. руб. в 2021 году, 4302,22 млрд. руб. в 2022 году и 4656,04 млрд. руб. в 2023 году. Небольшая прогнозируемая величина обусловлена низкими значениями стоимости нефти и курсом рубля к доллару, которые в настоящий момент намного выше.

Дополнительно можно привести расчёты налога на прибыль, взимаемых с нефтедобывающих организаций. Переведём объёмы добываемой нефти в баррели, получим: 3,77 млн. баррелей, 3,80 млн. баррелей и 4,08 млн. баррелей в 2021, 2022 и 2023 году. Умножив значения на стоимость нефти за баррель и на стоимость рубля к доллару, получим следующие значения выручки: 12,37 млрд. руб., 13,07 млрд. руб., 14,15 млрд. руб. Теперь, вычислим налог, который будет взиматься по ставке 20% в 2021-2023 годы: 2,47 млрд. руб., 2,61 млрд. руб., 2,83 млрд. руб. Таким образом, рассчитанные поступления налогов будут направлены на развитие государства с целью поддержки его доходной части.

Самой крупной нефтедобывающей страной в мире в 2019 году были США, второй страной была Россия, третьей – Саудовская Аравия. По добыче газа в 2019 году первые два места занимают те же страны, но на третьем, с большим отрывом идёт Иран. Добыча газа в 2019 году вышеназванными странами составила 951 млрд. м³, 740 млрд. м³, 240 млрд. м³, добыча нефти – 745 метрических тонн, 560 метрических тонн и 545 метрических тонн. В конце 2020 года «Газпром» опубликовал оценку снижения спроса на газ в 2020 году, значение которой составило 2% и прогноз роста потребления газа к 2040 году к отметке в 5,3 трлн. куб. м. из-за преимущественного увеличения его потребления КНР [13]. Это свидетельствует о том, что ПАО прогнозирует продолжение и расширение своей деятельности в будущем, что останется фундаментом получения большого объёма доходов бюджета.

Кроме ПАО, исследованием перспектив развития нефтегазодобывающей организации занята международная организация Форум стран – экспортёров газа (ФСЭГ). По прогнозам ФСЭГ, до 2050 года доля ископаемых видов топлива будет снижаться, и составит 71% мирового энергетического баланса. Доля добычи нефти в ископаемых видах топлива снизится до 26%, а доля добычи

газа, наоборот, повысится до 27%. ФСЭГ также полагает увеличение потребление газа, так, к 2050 году оно составит 5,9 трлн. м³. [9].

Прогнозированием потребления нефти занимается Международное энергетическое агентство (МЭА). Так, по их расчётам в 2030 году спрос на нефть будет равен 105,4 млн. баррелей, а в 2040 – 106,4 млн. баррелей [6].

Расширение добычи нефти в долгосрочной перспективе не предполагается, из-за желания развитых стран беречь природу. Планируется поэтапный переход к альтернативным источникам энергии. На данный момент, ввиду большого объёма затрат при слабой окупаемости инвестиций из-за низкого коэффициента полезного действия, проводятся дальнейшие разработки с целью создания более эффективного и экологичного способа получения энергии. Но так как это нельзя реализовать быстро, планируется переход к замещению нефти газом, к примеру, в транспортной сфере – от бункеровок до заправок автомобилей газом.

Целями стратегии являются увеличение эффективности добычи и переработки сырья, поддержание конкурентоспособности на международном рынке, стремление к уменьшению вреда, наносимому окружающей среде, внедрение новых, более эффективных и экологичных способов добычи.

Таким образом, стратегией нефтегазодобывающей отрасли является её совершенствование, путём внедрения новейших научных разработок, тактическими задачами остаются увеличение объёма добычи ископаемых, также, как и доходности организаций отрасли, что в долгосрочной перспективе, без учёта вероятности наступления глобальных кризисов, будет являться источником прироста налоговых поступлений в бюджет и пополнения ФНБ.

Список литературы

1. Влияние управлением денежными потоками на деятельность коммерческой организации // Царькова Д.В., Костина О.И. Человек в XXI веке. Материалы IX Международной научно-практической конференции преподавателей и студентов. С. 299-301.

2. Войти в группу мировых лидеров по эффективности [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazprom-neft.ru>

3. Идеальный шторм [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazprom-neft.ru>

4. Газ-2050: все будет хорошо? [Электронный ресурс]. URL: <https://oilcapital.ru>

5. Кудрин дал оценку ФНБ и тратам на поддержку экономики и граждан в пандемию [Электронный ресурс]. URL: <https://regnum.ru>

6. МЭА прогнозирует потребление нефти до 2050 года [Электронный ресурс]. URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/218971982>
7. О нефтегазовых доходах и проведении операций по покупке/продаже иностранной валюты на внутреннем валютном рынке // Минфин России [Электронный ресурс]. URL: <https://minfin.gov.ru>
8. Объем Фонда национального благосостояния // Минфин России [Электронный ресурс]. URL: <https://minfin.gov.ru>
9. Прогноз социально-экономического развития РФ на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов // Министерство экономического развития [Электронный ресурс]. URL: <https://www.economy.gov.ru>
10. Рынок нефти отреагировал на неожиданное решение ОПЕК+ [Электронный ресурс]. URL: <https://1prime.ru>
11. Спрос на природный газ в долгосрочной перспективе будет расти [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazprom.ru>
12. Угрозы финансовой безопасности организации и оценка ее уровня (на примере ООО "МОНАЭКС-ЭНЕРГО") // Ватутин Д.Р., Костина О.И. Актуальные проблемы менеджмента, экономики и экономической безопасности. Сборник материалов Международной научной конференции. 2019. С. 223-228.
13. Управление денежными потоками организации (на примере ООО "ТЭК "ГЛОБАЛ ЛОГИСТИК КАЛУГА") // Шахова В.А., Костина О.И. Актуальные вопросы экономики региона: анализ, диагностика и прогнозирование. Материалы VI Международной студенческой научно-практической конференции. 2016. С. 150-153.
14. Финансовая безопасность организации: сущность, цели, задачи, показатели обеспечения // Мухина О.М., Костина О.И. актуальные проблемы развития финансового сектора. Материалы V Международной научно-практической конференции. 2017. С. 149-154.
15. 2020 ranking of the leading global oil and gas companies based on revenue [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com>

Веденеску А.В., Моисеева С.Э.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Фомичева И.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ПРЕДПОСЫЛКИ СДЕЛОК СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ НА РОССИЙСКОМ СТРАХОВОМ РЫНКЕ

Современный российский страховой рынок как инструмент нивелирования экономических рисков играет ключевую роль в развитии финансовой системы страны. В связи с этим своевременный

анализ происходящих изменений и текущие тенденции необходимы для предоставления всем заинтересованным сторонам соответствующих данных о состоянии российского страхового рынка [3].

В последние несколько лет на страховом рынке наблюдается тенденция к снижению числа участников. По данным Центрального банка, с конца 2014 года по конец первого полугодия 2020 года количество страховых организаций сократилось на 325 единиц (57,32%), в то время как количество страховых организаций сократилось на 235 единиц (58,16%), страховых брокеров - на 88 единиц (58,28%), а компаний взаимного страхования - на 2 единицы (16,67%).

Так, в среднем за полугодие количество субъектов страхового рынка уменьшалось на 30 единиц (7,38%), количество страховых организаций - на 21 единицу (7,05%), страховых брокеров - на 8 единиц (7,16%) за период с 31.12.2014 по 30.06.2020. По состоянию на конец первого полугодия 2020 года количество компаний взаимного страхования составило 10 единиц, страховых брокеров - 169 единиц, а страховых организаций - 242 единицы, из которых 169 страховщиков, кроме страхования жизни, 34 осуществляют медицинское страхование и 112 универсальных страховщиков (Рис. 1) [4].

Прекращение деятельности некоторых страховых компаний, в первую очередь связанных с ужесточением требований Центрального банка и контролем за их соблюдением в отношении капитализации и ограничений на инвестиции в финансовые активы, а также коэффициентов платежеспособности.

Кроме того, в связи с постоянным сокращением сроков представления отчетности подготовка финансовой отчетности и ее аудит в соответствии со стандартами ОСБУ вызвали ряд дополнительных трудностей для отечественных страховщиков. Требования по введению единого плана счетов и требования к открытой отчетности в формате XBRL, вступившие в силу с 1 января

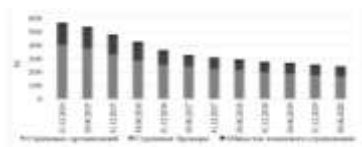


Рисунок 1 — Динамика количества субъектов страхового бизнеса в России за период с 31.12.2014 по 30.06.2020

2017 года, также потребовали дополнительных инвестиций как в ИТ-системы компаний, так и в профессиональный персонал, что зачастую сложно реализовать для небольших нишевых или кэптивных страховых компаний. Следует отметить, что большинство компаний, прекративших свою деятельность в течение исследуемого периода, добровольно отказались от лицензий. С 01.01.2019 минимальный уставный капитал вновь созданных страховых организаций был увеличен до 300 млн рублей, существующие страховые организации обязаны увеличить уставный капитал до 300 млн рублей к 01.01.2022 в соответствии с пунктом 4 статьи 2 Федерального закона от 29.07.2018 № 251-ФЗ [1].

Еще одним фактором сокращения числа участников страхового бизнеса является уход иностранных страховых компаний с российского рынка. Тенденция к снижению числа иностранных страховых компаний наблюдается с 2010 года, когда была установлена квота в размере 22,2%. В то же время ослабление рубля, а также кризисные факторы, такие как снижение экономической активности, привели к тому, что иностранные компании закрыли или продали свои российские дочерние компании. Среди компаний, покинувших страховой рынок, - британская компания "RSA Group", голландская страховая группа "Achmea", международная страховая компания "ING" и немецкая перестраховочная компания "MunichRe" [4].

В результате концентрация страхового рынка достигла самого высокого уровня за последние несколько лет. (Концентрация — это относительная стоимость ведущих страховщиков на страховом рынке с точки зрения страховых премий.) В то же время наблюдается рост концентрации рынка по всем видам, за исключением страхования жизни, железнодорожного страхования, сельскохозяйственных рисков и финансовых рисков.

По данным ЦБ, рыночная доля компаний, не входящих в топ-100, ежегодно снижалась. Если раньше, в конце 2014 года, концентрация составляла 2,3%, то со второй половины 2018 года она не превышала 1%, для компаний, не входящих в топ-100. По состоянию на конец второго полугодия 2020 года почти весь объем премий, а именно 99,7%, приходилось на сто страховщиков. В то же время значительно возросла концентрация страховщиков топ-50: за период с 2014 года по вторую половину 2020 года доля рынка для этой группы увеличилась на 10,95% и составила 96,25%. Доля страховщиков из топ-10 также увеличилась за исследуемый период. Так, по сравнению с 2014 годом концентрация лидеров рынка увеличилась на 14,21% (Рис. 2) [2].

Текущая тенденция к увеличению концентрации предполагает, что при сохранении нормативных требований в ближайшие годы Топ-10 страховщиков займут более 70% рынка, а доля компаний, не входящих в Топ-100, не превысит 0,5%. Стоит отметить, что увеличение концентрации рынка приведет к еще большей конкуренции на российском страховом рынке.

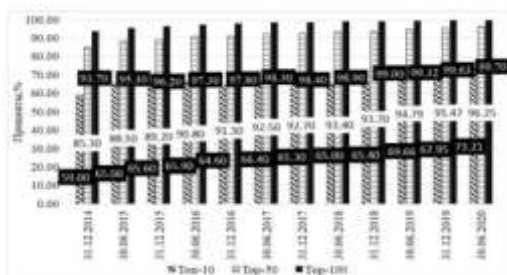


Рисунок 2 — Изменение концентрации российского страхового рынка с 31.12.2014 по 30.06.2020 г. в %

Вышеперечисленные обстоятельства являются ключевыми факторами роста слияний и поглощений на российском страховом рынке. Иностранные страховые компании продают российские дочерние компании отечественным страховщикам. Например, британская страховая компания "RSA Group" объявила о продаже 75% акций российской "Интач Страхование" в 2015 году. Компания была приобретена страховой компанией "Благосостояние". Доля RSA в компании обошлась "Благосостоянию" в 5,3 млн фунтов стерлингов (551,2 млн рублей). Другой пример — голландская компания "Achmea", которая в 2014 году решила продать убыточную российскую страховую компанию "Оранта". Страховая компания "Оранта" была продана страховой компании "Компаньон".

Слияния и поглощения между российскими страховщиками, с одной стороны, объясняются стремлением усилить показатели платежеспособности и, с другой стороны, расширить существующую долю рынка. Крупнейшей сделкой на страховом рынке было признано слияние страховой группы "СОГАЗ" и "ВТБ-Страхование", которое завершилось в октябре 2018 года. В результате этой сделки Страховая группа "СОГАЗ" заняла лидирующие позиции по объему страховых премий на рынке, обогнав "Альфа-Страхование", "Ингосстрах" и

"Сбербанк Страхование жизни". Также стоит отметить сделку 2017 года о продаже двух страховых компаний НПФ "Благосостояние" страховой компании "Ренессанс Страхование" за денежную долю в капитале последней. Таким образом, НПФ "Благосостояние" расширит свое присутствие на страховом рынке [5].

Введение ограничительных мер против коронавирусной инфекции и, как следствие, снижение экономической активности рынка, особенно страхового рынка, как ожидается, приведет к дальнейшему сокращению числа страховых компаний. Кроме того, с 1 января 2021 года вступил в силу новый стандарт финансовой отчетности страховых организаций — МСФО (IFRS) 17 "Договоры страхования", что требует значительных затрат на переход систем бухгалтерского учета с МСФО (IFRS) 4 "Договоры страхования". Помимо инвестиций в разработку и оптимизацию технологических решений для бухгалтерского учета, компаниям также придется нести расходы на консультационные услуги по методическому сопровождению бухгалтерского учета и обучению персонала [6].

Также с 1 июля 2021 года вступает в силу положение Банка России 710–П "О некоторых требованиях к финансовой устойчивости и платежеспособности страховщиков", согласно которому страховая компания должна обеспечить свою финансовую устойчивость. 710–П связано с общей политикой Центрального банка, направленной на ужесточение требований к платежеспособности страховых организаций. Страховые компании должны учитывать, что Банк России имеет полномочия проверять собственные средства (капитал) страховой компании и, в случае выявления несоответствий, вправе выдать предписание об устранении нарушений. В случае неисполнения положений Банка России на основании пункта 4 статьи 32.5-1 Закона Российской Федерации от 27.11.1992 № 4015-1 "Об организации страхового дела в Российской Федерации" вправе наложить ограничение на совершение страховой организацией отдельных сделок; ввести запрет на совершение отдельных сделок страховой организацией; ограничить действие лицензии страховой организации; приостановить действие лицензии страховой организации [2].

Список литературы

1. Об организации страхового дела в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер.закон от 27.11.1992 N 4015-1. <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 19.05.2021).
2. О Плана счетов бухгалтерского учета в некредитных финансовых организациях и порядке его применения (с изменениями и

дополнениями)) [Электронный ресурс]: Положение Банка России от 2 сентября 2015 г. № 486-П. <https://base.garant.ru> (дата обращения: 19.05.2021).

3. Об отдельных требованиях к финансовой устойчивости и платежеспособности страховщиков [Электронный ресурс]: Положение Банка России от 10 января 2020 г. № 710-П. <https://base.garant.ru> (дата обращения: 19.05.2021).

4. Ендовицкий Д. А. Анализ тенденций развития процессов слияний и поглощений компаний в Российской Федерации // Экономический анализ: теория и практика. 2018. № 13.

5. Тарасова Ю. А. Особенности сделок по слиянию и поглощению // Проблемы теории и практики управления. 2018. № 4.

6. Тарасова Ю. А. Пути достижения финансовой устойчивости российских страховых организаций. Страховые интересы современного общества и их обеспечение: сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции. Саратов: Изд. СГУ. 2013. Тарасова Ю.А. Стратегии сделок по приобретению на страховом рынке России // Финансы и кредит. 2013. № 29.

Ведилина А.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефёдова С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА В РОССИИ

В современных условиях формирования рыночной экономики и совершенствования менеджмента, разработки новой стратегии развития бизнеса роль и значение бухгалтерского учета возрастают, а это значит, что его необходимо развивать.

Бухгалтерский учет представляет собой упорядоченную систему сбора, регистрации и обобщения информации об имуществе, обязательствах организации и их движении путем непрерывного и документального учета всех хозяйственных операций [2].

С целью дальнейшего развития системы бухгалтерского учета, Правительством РФ была разработана Концепция развития бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации, которая была одобрена приказом Минфина России от 1 июля 2004 г. № 180. Стоит дать определение понятию «концепция». Концепция представляет собой совокупность общепринятых теоретических принципов, лежащих в основе конкретной области исследований [3, с. 76].

Дальнейшее развитие бухгалтерского учета в Российской Федерации предусматривается проводить по следующим основным

направлениям [1]:

- повышение качества информации, формируемой в бухгалтерском учете и отчетности;
- создание инфраструктуры применения МСФО;
- изменение системы регулирования бухгалтерского учета и отчетности;
- усиление контроля качества бухгалтерской отчетности;
- существенное повышение квалификации специалистов, занятых организацией и ведением бухгалтерского учета и отчетности, аудитом бухгалтерской отчетности, а также пользователей бухгалтерской отчетности.

В качестве основных принципов бухгалтерского учета выделяют такие, как:

Принцип начисления. Обеспечен признанием результатов хозяйственных операций, а также события, которые не являются результатом хозяйственной деятельности по факту их совершения независимо от времени оплаты. Операции и события отражаются в бухгалтерском учете и включаются в финансовую отчетность периодов, к которым относятся.

Принцип непрерывности деятельности. Финансовая отчетность обычно готовится при условии, что хозяйствующий субъект действует и будет действовать в обозримом будущем. Поэтому предполагается, что он не будет ликвидирован и не нуждается в устранении или значительном сокращении в его сфере деятельности. Если такое намерение или необходимость есть, то финансовая отчетность должна быть подготовлена на другой основе, которая должна быть раскрыта.

Хозяйствующие субъекты всего мира составляют финансовую отчетность и представляют ее внешним пользователям в соответствии с концепциями бухгалтерского учета, принятыми в их странах. Может показаться, что такая отчетность похожа на другие, но существуют различия, которые обусловлены разными обстоятельствами, в том числе экономического, социального и юридического характера.

Российская концепция бухгалтерского учета, так же, как и Концептуальные основы финансовой отчетности, разработанные Советом по МСФО и представляющие собой совокупность принципов, положенных в основу всех международных стандартов и интерпретаций, на первое место выводит цели бухгалтерского учета.

В соответствии с ст. 3 "Концепции бухгалтерского учета в рыночной экономике России" (одобрена Методологическим советом по бухгалтерскому учету при Минфине РФ, Президентским советом ИПБ РФ 29.12.1997), в системе бухгалтерского учёта организации

формируется информация для внешних и внутренних пользователей [1].

Что касается информации для внутренних пользователей, цель бухгалтерского учета - генерировать информацию, полезную для руководства организации при принятии управленческих решений. Информация о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности, изменениях в ее финансовом положении создается для внешних пользователей, в частности, на основе информации для внутренних пользователей [1].

Что касается информации для внешних пользователей, цель бухгалтерского учета - генерировать информацию о финансовом положении, финансовых показателях и изменениях финансового положения организации, полезную для широкого круга заинтересованных сторон при принятии решений [1].

Реализация целей Концепции является предпосылкой благополучия рынков капитала, так как на их основе принимаются решения о распределении ограниченных ресурсов, которые зачастую определяют развитие экономики на многие десятилетия вперед.

Новый виток реформы начался с принятия Федерального закона от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете».

В соответствии со ст. 21 данного закона бухгалтерские нормативные документы подразделяются на [2]:

- федеральные стандарты;
- отраслевые стандарты;
- рекомендации в области бухгалтерского учета;
- стандарты экономического субъекта.

При этом впервые в новейшей российской истории субъекты регулирования бухгалтерского учета были разделены на государственные (Министерство финансов и Центральный банк Российской Федерации) и негосударственные (некоммерческие организации, преследующие цели развития бухгалтерского учета). Существенную часть бухгалтерских стандартов теперь разрабатывают негосударственные регуляторы, что указывает на постепенный прогресс системы.

За 2019–2021 гг. должны быть приняты 14 ФСБУ. Еще 4 действующих ПБУ будут существенно изменены. Половина новых ФСБУ заменят существующие ПБУ, остальных стандартов в российском нормативном поле раньше не было. Для российского бухгалтерского учета наступил принципиально новый уровень вовлеченности профессионального сообщества в разработку стандартов бухгалтерского учета. Только 3 из 14 новых проектов

ФСБУ разрабатываются самим Минфином России. Разработчиками остальных проектов были назначены 4 негосударственных регулятора [4].

За период реализации Концепции проведена большая работа, однако много задач на сегодняшний день еще не решено. Поэтому необходимо очертить новый круг мероприятий, реализация которых позволит развивать российскую концепцию бухгалтерского учета в условиях глобализации и межгосударственной интеграции стран, происходящих в мире.

Список литературы

1. "Концепция бухгалтерского учета в рыночной экономике России" [Электронный ресурс]: концепция от 29.12.1997 http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17312/ce8874143c8ee97f06fe96e5679e0bcd9b67b66/ (дата обращения 14.04.2021)
2. "О бухгалтерском учете" [Электронный ресурс]: федер. закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 26.07.2019) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/c1b1ebfc4c28e89e4737a4d27885d9f0b15678fb/ (дата обращения 14.04.2021)
3. Петриченко Д. О. Качественные характеристики полезной финансовой информации как основа для формирования профессионального суждения // Инновационное развитие экономики. 2012. № 2 (8), 216 с.
4. https://avuar.ru/blog/buh/sovremennoe_sostoyanie/

Винокурова И.С.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Шелобаева И.С.

Тулский филиал Финуниверситета

ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ КАК ОРГАНИЗАЦИОННАЯ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ БАЗА РАЦИОНАЛЬНОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО ДЕЛА

Согласно Федеральному закону "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 N 402-ФЗ организация бухгалтерского учета и внутреннего контроля является обязательной для юридических лиц, отчетность которых подвергается обязательному аудиту [1]. Однако этот же нормативный документ предусматривает, что должностные лица компаний обязаны проверять совершаемые факты хозяйственной деятельности. Поэтому на практике все без исключения субъекты предпринимательской деятельности прибегают к внутреннему контролю.

Связано это с тем, что деятельность предпринимателей регулируется огромным количеством законов и подзаконных

нормативных актов, которые в той или иной степени влияют на бухгалтерский учет. Отсутствие внутренних проверок рано или поздно приведет к умышленным или неумышленным нарушениям. Они будут выявлены контролирующими органами и повлекут применение санкций. Поэтому экономически целесообразно понести затраты на организацию контроля, чем впоследствии платить штрафы и оправдываться в судах.

Основной целью внутреннего контроля бухгалтерского учета является обеспечение соблюдения работниками финансовой службы требований действующего законодательства и внутренних распоряжений, а также правильность отражения в учете текущих хозяйственных операций.

При правильной организации контроля удастся избежать материального ущерба в виде пеней, доначислений и штрафных санкций со стороны государственных контролирующих органов.

Основными элементами внутреннего контроля экономического субъекта являются: контрольная среда; оценка рисков; процедуры внутреннего контроля; информация и коммуникация; оценка внутреннего контроля

Министерство финансов РФ издало документ (письмо ПЗ-11/2013), в котором отражены практические рекомендации о том, как организовать внутренний контроль бухгалтерского учета. В документе государственный орган рекомендует собственнику компании проводить контрольные мероприятия для выявления ошибок персонала, превышения полномочий должностных лиц, защиты от сговора сотрудников [2].

Контролирующие мероприятия, направленные на проверку правильности ведения бухгалтерского учета, включают в себя совершение следующих действий:

- Документальное оформление хозяйственных операций и их результатов. Проводится проверка наличия записей в регистрах бухгалтерского учета и их сравнение с первичной, наличие бухгалтерских справок, составление промежуточной отчетности с целью сверки данных по различным счетам;

- Проверка формы и содержания документов, которая позволяет определить их соответствие действующим нормативным документам. Контролер устанавливает, можно ли на основе имеющихся первичных документов вносить изменения в регистры бухгалтерского учета.

- Сверка данных. Она проводится между различными подразделениями компании, между контрагентами и т. п. Позволяет своевременно выявить и устранить несоответствия, которые могут

отразиться на сумме начисленных и уплаченных налогов.

- Контроль фактического наличия. В процессе проверки устанавливается наличие первичной документации, материальных ценностей, товаров и сырья на складах и объектах компании, денежные средства в кассе и на расчетном счете.

- Надзор за правильностью сделок. Ревизоры проверяют, правильно ли отражаются в учете сделки компании, насколько выполняются сметы и планы работы, соблюдаются ли сроки составления отчетных бухгалтерских документов и деклараций в налоговую инспекцию.

- Проверка IT-инфраструктуры, которая обслуживает бухгалтерию. Контролеры удостоверяются в том, что на предприятии введены в действие правила и процедуры автоматизированного учета, регламентирован доступ сотрудников к базам данным, соблюдаются процедуры безопасности при передаче конфиденциальных данных.

В процессе внедрения системы внутреннего контроля на предприятии необходимо издать соответствующий внутренний документ. Он может быть бумажным или электронным. Положения о внутреннем контроле могут быть частью:

- учредительных документов юридического лица;
- кадровых документов;
- внутренних регламентов, методик и стандартов ведения учета.

Документацию по организации внутреннего контроля необходимо регулярно обновлять. Оценивать необходимость ее обновления нужно не реже одного раза в год. Основанием для обновления документации могут являться, например, результаты непрерывного мониторинга внутреннего контроля, организационные изменения, изменения процессов и процедур работы организации.

Порядок организации внутреннего контроля, в том числе обязанности и полномочия подразделений и персонала организации, определяются в зависимости от характера и масштабов ее деятельности, особенностей ее системы управления. При организации и осуществлении внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни организация должна руководствоваться требованием рациональности.

Список литературы

1. Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 N 402-ФЗ (последняя редакция) <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 05.02.2021).
2. Информация Минфина России N ПЗ-11/2013 "Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля

совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности" <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 05.02.2021).

Волкова М.Д.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефёдова С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ПРОБЛЕМЫ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

В настоящее время нет такой организации, которая не вела бы свою хозяйственную деятельность в обязательном порядке. Однако не каждое предприятие способно вести учёт правильно, согласно всем требованиям федеральных стандартов. Аудиторская деятельность создана для того, чтобы выявлять какие-либо нарушения в ведении учёта и дать оценку правильности деятельности организации.

Аудитор – это человек, на которого возложена ответственность проведения проверки.

Прямые обязанности аудитора как представителя аудиторской проверки заключаются в следующем:

- предоставлять по требованию аудируемого лица обоснования замечаний и выводов аудиторской организации, индивидуального аудитора, а также информацию о своём членстве в саморегулируемой организации аудиторов;

- передавать в срок, установленный договором оказания аудиторских услуг, аудиторское заключение аудируемому лицу, лицу, заключившему договор оказания аудиторских услуг;

- не передавать сведения и документы, составляющие аудиторскую тайну, третьим лицам либо разглашать эти сведения и содержание документов без предварительного письменного согласия лица, которому оказывались аудиторские услуги, за исключением случаев, предусмотренных федеральными законами;

- исполнять иные обязанности, вытекающие из договора оказания аудиторских услуг [1, ст.13].

Аудит, в зависимости от выбранного вида проверки, подразделяется на внешний и внутренний.

Внешний аудит проводится на основе договора с организацией с целью объективной оценки ведения бухгалтерского учёта. Назначение внешнего аудита — «проверка полноты и установление достоверности отражения в бухгалтерском учёте затрат, доходов, расходов, финансовых результатов, а также контроль соблюдения российского законодательства и нормативных документов, регулирующих

совершение финансово-хозяйственных операций» [2, С.11].

Назначение внутреннего аудита — «осуществление постоянного контроля за расходами и предотвращение нерациональных потерь ресурсов, а также своевременное предупреждение финансовых трудностей» [3, С.16]. Потребность во внутреннем аудите возникает главным образом на крупных предприятиях, когда руководство не в состоянии заниматься повседневным контролем. Внутренний аудит можно определить как независимую деятельность на предприятии по проверке и оценке его работы в его же интересах.

Однако, несмотря на всю серьёзность аудиторских проверок, в нашей стране данный вид деятельности не до конца доработан и имеет ряд недостатков и проблем. Самой основной можно назвать острую нехватку специалистов этой отрасли. В настоящее время имеется не так много достойных кандидатур на должность аудитора ввиду узкой специализации этой направленности. Стоит отметить и тот факт, что не каждой аудиторской фирме удаётся пройти квалифицированный экзамен на право осуществлять свою деятельность. Это объясняется тем, что в настоящее время требования к получению официального документа являются очень строгими, и очень немногим удаётся преодолеть этот барьер и выйти на рынок.

Следующей проблемой является и то, что не каждая организация может позволить себе наём аудиторской компании на постоянной основе. На эти цели нужны солидные денежные средства, что существенно снижает количество чистой прибыли предприятия от реализации своей продукции (работ, услуг).

Третьей проблемой является низкий уровень качества оказываемых аудиторских услуг. Здесь имеет место сравнительно небольшой объём денежных средств у предприятий для более качественной организации аудиторской проверки, а также недооценивание собственниками самого наличия данной услуги.

К четвёртой проблеме относится сезонность. Наибольшую прибыль предприятия получают в начале года ввиду закрытия годовых отчётов вместе с аудиторской ведомостью. В оставшиеся месяцы денежные средства поступают от реализации прочих услуг, лишь косвенно связанных с основной деятельностью.

Пятое – не всегда аудиторские фирмы размещают достоверную информацию о себе. Проверить это можно лишь «путём проб и ошибок», что впоследствии негативно сказывается на финансовом состоянии собственника организации.

Рассмотрев представленные выше проблемы аудиторской деятельности, можно сделать определённые выводы и предложить

пути усовершенствования данной отрасли на рынке.

Прежде всего, стоит размещать основную информацию об аудиторских компаниях на общее обозрение. Зачастую немногие знают о той или иной аудиторской компании, а потому большинство из них либо разоряется, либо имеет слишком маленький доход, чтобы держаться на плаву. Дополнительная информация даст возможность организациям, которые собираются нанимать их для осуществления проверки, право выбора из нескольких вариантов, и нанять ту, которая удовлетворит их интересы и возможности, а также обезопаситься от некомпетентных компаний.

Далее – можно развивать наиболее востребованные формы аудиторской деятельности. Аудит – это не только проверка финансовой и налоговой отчётности, но и также различные услуги, которые организации предоставляют своим клиентам, ориентируясь на действующее законодательство об аудиторской деятельности.

Разумеется, аудит – это относительно молодая специализация, которая требует больших усилий, чтобы стать высоко востребованной на рынке как таковом, однако, при хорошем развитии событий и устранении негативных факторов, снижающих доверие и компетентность, у этой сферы есть шанс показать себя с сильной стороны и добиться высоких результатов на рынке.

Список литературы

1. Федеральный закон от 30.12.2008 N 307-ФЗ (ред. от 09.03.2021) "Об аудиторской деятельности" [Электронный ресурс]: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 12.04.2021).
2. Скачко, Г. А. Аудит [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров — М.: «Дашков и К°», 2018. — 300 с. <https://znanium.com/catalog/product/1091140> (дата обращения: 11.04.2021).
3. Савин, А. А. Аудит [Электронный ресурс]: Учебное пособие - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 512 с. <https://znanium.com/catalog/product/961787> (дата обращения: 12.04.2021).

Володчева М. И.

Научн. рук.: канд. экон. наук., доц. Нефедова С. В.

Тульский филиал Финуниверситета
НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ БЛОГЕРОВ

На протяжении последних 20 лет в мире активно развиваются цифровые технологии, внедряясь во все сферы общественной жизни и производственного процесса. В связи с этим на рынке труда появилось

большое количество трудовой деятельности населения, осуществляемой в интернет-среде. Однако для государства данная тенденция влечет некоторые сложности с точки зрения налогообложения, в связи с чем появляется необходимость в разработке механизмов отслеживания доходов населения.

Одним из главных источников дохода в интернете в 2021 году является блоггинг. Блоггинг можно определить, как совокупность действий субъекта в рамках ведения им электронного дневника (блога), совершаемых с той или иной периодичностью и предпринимаемых для выражения собственного мнения по поводу тех или иных тем, событий и субъектов, а также привлечения к нему (этому мнению) внимания других участников блогосферы [2]. Основным фактором дохода для блогеров является сотрудничество с коммерческими предприятиями и осуществление рекламной деятельности.

В силу того, что деятельность блогера не всегда нацелена на получение прибыли, причисление данной группы экономически-активного населения к налоговым плательщикам требует определенного времени. Тем не менее, на международном рынке данный процесс начал осуществляться.

В 2021 году США приняло несколько законодательных поправок, в связи с чем лица, осуществляющие экономическую деятельность в сервисах американской компании- Google, в том числе в видеосервисе YouTube, обязаны выплачивать налоги в бюджет США. Данное налогообложение несет международный характер, поскольку взимание налогов будет осуществляться вне зависимости от территориального нахождения налогоплательщика. Стоит, однако, отметить, что налоговая база будет рассчитываться, исходя из дохода, полученного непосредственно от граждан США.

Компания 'Google' обозначила, что налоговую информацию необходимо подать до 31 мая 2021 г., на основе которой налоговые агенты произведут расчет налогового вычета. При отсутствии информации предприятие оставляет за собой право в установлении налоговой ставки с учетом полученного дохода со всех государств, чье население являлось потребителем экономической деятельности, осуществляемой субъектом, а не только населения США, и при таких условиях процент налогового вычета может достигать 24%, что составит практически четверть дохода налогоплательщиков [4].

При предоставлении информации налоговый вычет экономической деятельности в интернет-пространстве на базе сервисов Google может составить 0-30%. Нулевая ставка

налогообложения возможна лишь при условии наличия между США и государством, чьим гражданином является экономический субъект, соглашения об исключении двойного налогообложения.

Необходимо отметить, что между Россией и США данное соглашение имеется, однако нововведенные законы налогообложения США призвали Россию к разработке регулирования вопроса налогообложения блоггеров. 10 марта 2021 Минцифры России выдвинуло предложение о введении НДСЛ для иностранных предприятий, осуществляющих экономическую деятельность посредством граждан России.

На данный момент Минцифры разрабатывает законопроект, который, в том числе, является частью государственной программы по стимулированию развития национальной отрасли информационных технологий, по наделению статусом налоговых агентов такие интернет-платформы, как YouTube, Facebook, Twitter, TikTok, Instagram и другие социальные сети, в которых блоггеры осуществляют экономическую деятельность. При утверждении проекта российские блоггеры будут обязываться выплачивать налоги в размере 13% от доходов и 30% страховых взносов. Завершение разработки данного законопроекта планируется к середине 2021 века, однако сроки вступления его в силу неизвестны [3].

Отсутствие специального закона относительно осуществление экономической деятельности, тем не менее, не избавляет граждан от обязанности выплачивать налоги с получаемого дохода. На данный момент выплата налогов при осуществлении блоггерской экономической деятельности является обязанностью резидентов государства и относится к статье 3 Налогового кодекса Российской Федерации [1]. Таким образом, обязанность платить налоги распространяется на всех налогоплательщиков в качестве безусловного требования государства, в том числе на блоггеров, получающих доходы.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Ч.1: федер. закон от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 17.02.2021) [Электронный ресурс] URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 13.05.2021).

2. Близняк Р. З., Герасимов И. А. Блоггинг как технология социальной и политической коммуникации: уточнение понятия и характеристика эвристических возможностей // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология, №40-2017 [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/blogging-kak-tehnologiya-sotsialnoy-i-politicheskoy-kommunikatsii-utochnenie-ponyatiya-i>

harakteristika-evristicheskikh-vozmozhnostey (дата обращения: 13.05.2021).

3. С российских блоггеров хотят получить налоги [Электронный ресурс]

URL:<https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2021/03/09/860810-rossiiskih-blogerov> (дата обращения: 13.05.2021).

4. U.S. tax requirements for YouTube earnings [Электронный ресурс] URL:

<https://support.google.com/youtube/answer/10391362?hl=en> (дата обращения: 13.05.2021).

Вороткова Е. А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Шелобаева И.С.

Тулский филиал Финуниверситета

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО ДЕЛА В НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Особенности бухгалтерского дела в некоммерческих организациях обусловлены правовым регулированием их деятельности. Некоммерческие организации не имеют извлечение прибыли в качестве цели своей деятельности и не распределяют полученную прибыль между участниками. Тем не менее некоммерческие организации могут осуществлять приносящую доход деятельность, если это предусмотрено их уставами, но лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых они созданы, и если это соответствует таким целям.

Установлено, что юридические лица, являющиеся некоммерческими организациями, могут создаваться в таких организационно-правовых формах, как:

- потребительские кооперативы, к которым относятся жилищно-строительные и гаражные кооперативы, садоводческие, огороднические и дачные потребительские кооперативы, общества взаимного страхования, кредитные кооперативы, фонды проката, сельскохозяйственные потребительские кооперативы;

- общественные организации — политические партии и созданные в качестве юридических лиц профессиональные союзы (профсоюзные организации), общественные движения, органы общественной самодеятельности, территориальные общественные самоуправления;

- ассоциации (союзы) — некоммерческие партнерства, саморегулируемые организации, объединения работодателей, объединения профессиональных союзов, кооперативов и

общественных организаций, торгово-промышленные, нотариальные и адвокатские палаты;

- товарищества собственников недвижимости, к которым относятся товарищества собственников жилья;
- казачьи общества, внесенные в Государственный реестр казачьих обществ в Российской Федерации;
- общины коренных малочисленных народов Российской Федерации;
- фонды — общественные и благотворительные;
- учреждения, к которым относятся государственные учреждения (в том числе государственные академии наук), муниципальные и частные (в том числе общественные) учреждения;
- автономные некоммерческие организации;
- религиозные организации;
- публично-правовые компании.

Правовые основы деятельности некоммерческих организаций определяются ГК РФ и Федеральным законом от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях». Некоммерческие организации могут создаваться для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а так же в иных целях, направленных на достижение общественных благ.

ГК РФ установлено, что некоммерческая организация, уставом которой предусмотрено осуществление приносящей доход деятельности, за исключением казенного и частного учреждений, должно иметь достаточное для осуществления указанной деятельности имущество рыночной стоимостью не менее минимального размера уставного капитала, предусмотренного для общества с ограниченной ответственностью, т.е. 10 тыс.руб. Отмеченное требование применяется некоммерческими организациями, создаваемыми с 05.05.2014 г. В свою очередь, некоммерческие организации, созданные до 05.05.2014 г. обязаны применять его с 01.01.2015 г.

Некоммерческие организации подразделяются на корпоративные и унитарные. Ст. 123.1 ГК РФ установлено, что некоммерческими корпоративными организациями признаются юридические лица, которые не преследуют извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяют полученную прибыль между

участниками, учредители (участники) которых приобретают право участия (членства) в них и формируют их высший орган. Некоммерческие корпоративные организации создаются в организационно-правовых формах потребительских кооперативов, общественных организаций, ассоциаций (союзов), товариществ собственников недвижимости, казачьих обществ, внесенных в Государственный реестр казачьих обществ в Российской Федерации, а также общин коренных малочисленных народов Российской Федерации. Некоммерческая корпоративная организация является собственником своего имущества.

Некоммерческие унитарные организации включают фонды, учреждения, автономные некоммерческие организации и религиозные организации.

Некоммерческая организация предоставляет информацию о своей деятельности органам государственной статистики и налоговым органам, учредителям и иным лицам в соответствии с законодательством РФ и учредительными документами некоммерческой организации. Некоммерческие организации, получившие денежные средства и иное имущество от иностранных источников, ведут раздельный учет доходов (расходов), полученных (произведенных) в рамках поступлений от иностранных источников, и доходов (расходов), полученных (произведенных) в рамках иных поступлений.

В соответствии с ч. 2 ст. 14 Федерального закона № 402-ФЗ годовая бухгалтерская (финансовая) отчетность некоммерческой организации состоит из бухгалтерского баланса, отчета о целевом использовании средств и приложений к ним.

Приказом Минфина РФ от 02.07.2010г. №66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» утверждены формы бухгалтерского баланса и отчета о целевом использовании средств социально ориентированных некоммерческих организаций. В бухгалтерском балансе некоммерческая организация именуется раздел «Капитал и резервы» — «Целевое финансирование». Вместо показателей «Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)», «Собственные акции, выкупленные у акционеров», «Добавочный капитал», «Резервный капитал» и «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» некоммерческая организация включает показатели «Паевой фонд», «Целевой капитал», «Целевые средства», «Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества», «Резервный и иные целевые фонды» (в зависимости от формы некоммерческой организации и источников формирования

имущества). Кроме того, Минфин РФ отмечает, что если в бухгалтерской отчетности отдельных категорий организаций (например, социально ориентированных некоммерческих организаций) содержатся укрупненные показатели, включающие несколько показателей (без их детализации), код строки указывается по показателю, имеющему наибольший удельный вес в составе укрупненного показателя.

Исходя из положений Федерального закона № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» и ПБУ 4/99, некоммерческая организация приводит в бухгалтерской (финансовой) отчетности показатели об отдельных доходах и расходах (финансовых результатах) обособленно, применительно к форме и порядку составления отчета о финансовых результатах в случае, когда:

- в отчетном году эта некоммерческая организация получила доход от предпринимательской и (или) иной приносящей доход деятельности;
- показатель полученного некоммерческой организацией дохода существенен;
- раскрытие данных о прибыли от предпринимательской и (или) иной приносящей доход деятельности в отчете о целевом использовании средств недостаточно для формирования полного представления о финансовом положении некоммерческой организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении;
- без знания о показателе полученного дохода заинтересованными пользователями невозможна оценка финансового положения некоммерческой организации и финансовых результатов ее деятельности.

Таким образом, особенности бухгалтерского дела организаций находятся в зависимости от цели и задач их деятельности, правового регулирования, потребности в информации заинтересованных пользователей.

Список литературы

1. О бухгалтерском учете: федер. закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ // ПБД «Консультант Плюс 3000» [Электронный ресурс]: еженед. Пополнение / ЗАО «Консультант Плюс», НПО «ВМИ». – Загл. с экрана.
2. Предеус Н. В., Церпенто С.И., Предеус Ю.В. Бухгалтерское дело [Электронный ресурс]: учебное пособие. М.: ИЦ РИОР; НИЦ ИНФРА-М, 2019. 304 с.
<https://new.znaniium.com/catalog/product/1015154>

Гаврилова В.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Медведева Т.В.

Тульский филиал Финуниверситета

РЕАЛИЗАЦИЯ НАЛОГОВОГО МЕХАНИЗМА ПОДДЕРЖКИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В 2020 ГОДУ

До 2020 года в России государственная финансовая поддержка экономики реализовалась преимущественно путем вливаний денежных средств и предоставления различного рода дотаций отдельным хозяйствующим субъектам, а также заключения государственных контрактов. В ряде случаев можно было говорить об отраслевой поддержке посредством формирования льготных налоговых режимов или «заградительных» таможенных мер.

Такое положение дел является естественным при обычном течении экономической жизни любой страны, поскольку налоговый механизм относится к косвенным инструментам государственной поддержки и реального сектора, и экономики в целом. Однако в новейшей истории Россия, как и все мировое сообщество, столкнулась с новым глобальным вызовом – пандемией, охватившей более 200 стран с числом заболевших, превышающим 107 млн чел.

Эпидемии и тем более пандемии всегда разрушительно влияли на экономику и на производительность труда, состояние потребительского спроса, нарушая необходимый баланс соответствия спроса предложению. Только в 21 веке в результате эпидемии атипичной пневмонии (2003 г.), вспышки лихорадки Эбола (2014 - 2016 гг.), вируса H5N1 (2003-2005 гг.), пандемии «свиного» гриппа (2009 г.) мировая экономика в совокупности потеряла 188 млрд. долл. США.

Однако пандемия COVID-19 застала мировое сообщество врасплох беспрецедентными и непредвиденными масштабами и, соответственно, негативными последствиями для общества и экономики растущей глобальной рецессией и массовой безработицей. По оценкам Всемирного банка глобальная пандемия COVID-19 будет стоить современной экономике 3 трлн. долл. США.

В такой ситуации на первый план выходит налоговый механизм поддержки экономики, и все страны разрабатывают налоговую политику, направленную на поддержку, как хозяйствующих субъектов, так и населения пострадавших стран.

Руководство страны пытается смягчить негативные последствия экономической нестабильности различными мерами по борьбе со сложившимся кризисом. Срочно были приняты поправки в российское законодательство. С учетом нестабильной экономической ситуации в

условиях пандемии коронавируса были внесены изменения в Налоговый кодекс РФ.

Можно отметить тот факт, что в Основных направлениях бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2020 г. и на плановый период 2021 и 2022 гг. одними из первых в ряду антикризисных мер стали поправки в налоговое законодательство с целью снижения нагрузки на бизнес [1].

В целях поддержки экономики и благоприятного режима ведения бизнеса 1,5 миллиона компаний, занятых в отраслях, пострадавших от коронавируса, в частности, получили возможность перенести налоговые платежи до конца года с последующими рассрочками еще на один год.

Отсрочка по платежам в марте и втором квартале 2020 года составила шесть месяцев на сумму 106,4 млрд рублей, в третьем квартале - четыре месяца на сумму 107,3 млрд рублей. Общая сумма отсрочки составила 217 млрд руб.

Правительство определило условия, при которых отсрочка (рассрочка) будет предоставляться пострадавшим по их просьбе. Первое условие - это пострадавшая отрасль, а второе условие - компания несет убытки или ее доходы снизились более чем на 10 процентов. В апреле 2020 года досрочно были представлены отсрочки на сумму 1,4 млрд рублей.

До 31 декабря продлен срок уплаты авансовых платежей за первый квартал 2020 года по налогу на имущество и земельному налогу для организаций, работающих в сфере торговли, общественного питания, туризма, культуры, спорта, досуга и гостиничного бизнеса, а также оказания персональных услуг.

Помощь была оказана резидентам инновационного кластера, занятым в IT-секторе, промышленности и науке, а также малым и средним предприятиям гостиничного бизнеса. Субъекты малого и среднего предпринимательства имеют право на получение субсидий на возмещение следующих затрат: на приобретение оборудования, на уплату процентов по кредитам (в пределах ключевой ставки ЦБ), а также лизинговых платежей.

Введены субсидии малому и среднему бизнесу - производителям собственных товаров, работ и услуг для их продвижения на онлайн-торговых площадках и оплаты услуг онлайн-доставки продуктов питания. До 50 процентов комиссии можно было возместить, но не более 700 тысяч рублей до конца 2020 года. Выплаты возможны при условии, что вознаграждение агрегатора не превышает 20 процентов от стоимости товара или услуги.

Малый и средний бизнес получал отсрочку по кредиту, если оказывался в сложной ситуации из-за коронавируса. Страховые взносы для малого бизнеса были снижены с 30% до 15%. В то же время важно и то, что региональные власти в рамках своих полномочий вводили различные антикризисные меры поддержки малого бизнеса на своих территориях.

В рамках мер поддержки бизнеса на сайте ФНС России был создан специальный сервис, с помощью которого можно проверить, может ли компания претендовать на получение субсидии на выплату заработной платы своим сотрудникам, а затем отследить заявку.

По данным Федеральной налоговой службы России, под эту меру поддержки попали 1,2 млн. компаний, в которых занято более 4 млн. человек. Изначально потенциальными получателями субсидий на выплату заработной платы своим работникам оказались 1 261 527 человек, из них 85% - со штатом от 1 до 10 человек, а потенциальная сумма выплат составила 98,4 млрд. рублей [2].

На определенном этапе исследования нам стало важно оценить, каким образом пандемия повлияла на результаты работы российских налоговых органов.

Таблица 1 – Динамика налоговых поступлений по уровням бюджета за январь-октябрь 2019-2020 гг. [2]

| Вид бюджета | январь-октябрь, млрд. руб. | | Темпы прироста, % | |
|--|----------------------------|-----------|-------------------|----------|
| | 2019 | 2020 | рост | снижение |
| Консолидированный бюджет РФ | 18 945,80 | 16 961,60 | - | 10,5 |
| Федеральный бюджет | 10 486,90 | 8 890,30 | - | 15,2 |
| Консолидированные бюджеты субъектов РФ | 8 458,80 | 8 071,40 | - | 4,6 |

Данные таблицы 1 демонстрируют, что общий спад экономики, конечно же, повлек и снижение налоговых поступлений во все уровни бюджетной системы России.

Основное снижение поступлений налоговых доходов консолидированного бюджета произошло за счет значительного снижения собираемости налога на добычу полезных ископаемых, что связано со значительным снижением добычи нефти.

По данным Российской газеты глава Минэнерго Николай Шульгинов сказал, что по итогам 2020 года добыча нефти в России составит около 514 млн. тонн, на 8% ниже, чем в 2019 году, когда было произведено 561 млн. тонн. До пандемии COVID-19

предполагалось, что производство нефти и газового конденсата в стране будет составлять 555-560 млн. тонн ежегодно до 2024 года [3].

Если рассматривать динамику экономической ситуации по видам налогов, то можно сделать выводы, что в целом, государству удалось в определенной степени сдержать негативное воздействие пандемии. Так, в 2020 году наблюдается незначительное снижение товарооборота и пропорциональной доли в виде налога на добавленную стоимость на 0,8 процентных пункта. А доходы населения и налог на доходы физических лиц выросли на 4,3%. Очевидно, что смягчить последствия эпидемии можно и нужно соответствующими финансовыми мерами, в том числе и налоговыми.

Список литературы

1. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов// (утв. Минфином России) [Электронный ресурс] <https://minfin.gov.ru> (дата обращения: 01.04.2021).

2. Официальный сайт Федеральной налоговой службы России [Электронный ресурс] <http://www.nalog.ru> (дата обращения: 01.04.2021).

3. Тихонов С. Как нефтяной кризис отразится на доходах бюджета России? // Российская газета. 20.12.2020. [Электронный ресурс] <https://rg.ru/2020/12/20/kak-neftianojkrizis-otrazitsia-na-dohodah-biudzheta-rossii.html> (дата обращения: 01.04.2021)

Галковская В.А.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тулский филиал Финуниверситета

ПОСТРОЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Каждое предприятие основывает свою деятельность для того, чтобы получать прибыль и высокие результаты. Для того, чтобы предприятие приносило хороший доход, необходимо эффективно управлять этим предприятием. Прежде всего, нужно взглянуть на эффективность использования главного ресурса — это людей.

Оценка эффективности включает набор процедур по анализу динамики различных показателей хозяйственной деятельности предприятия в сравнении с аналогичными показателями прошлых периодов или утвержденными на отчетный период плановыми значениями.

Все анализируемые показатели можно объединить в четыре основные группы (рис. 1).



Рисунок 1. Показатели экономической эффективности

Но ни один из этих критериев сам по себе не позволяет создать эффективную систему организации и управления предприятия, построить эффективное предприятие. Необходим комплексный подход, учитывающий и интересы государства, и интересы собственника, и интересы коллектива, собственно и интересы других заинтересованных сторон.

Управление в организации осуществляется посредством ее структуры. Выбор общей структуры организации – это решение, относящееся к стратегическому планированию, и основывается оно на стратегии организации.

Организационная структура – наиболее важный механизм управления. Она дает возможность реализовать совокупность функций, процессов и операций, необходимых для достижения поставленных целей [4].

Существует несколько типов организационных структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, матричная, множественная. Данные оргструктуры достаточно хорошо изучены и нет необходимости в их подробном рассмотрении.

Организация – это открытая система взаимодействующих и управляемых частей (подразделений, людей и т. д.), работающая с определенной целью, смыслом, миссией и имеющая в своем

распоряжении ресурсы: финансовые, материальные (оборудование и т. п.), человеческие, информационные, временные.

Структура организации – это логические взаимоотношения уровней управления и функциональных областей, построенные в такой форме, которая позволяет наиболее эффективно достигать целей организации [2].

Целями анализа организационной структуры предприятия являются:

- анализ организационной структуры управления на соответствие требованиям внешней среды, целей, элементов и процессов организационной системы;

- оценка степени соответствия фактической организационной структуры управления проектируемой структуре;

- оценка структуры на соответствие принципам организационного построения

Организационная структура регулирует распределение задач по подразделениям, их компетентность в решении стоящих проблем, а также общее взаимодействие этих элементов. На оргструктуру оказывают влияние такие факторы, как задачи, стоящие перед предприятием, размеры предприятия, применяемая технология, окружающая среда.

Каждое подразделение и должность (профессия) создаются для выполнения определенного набора функций управления или работ. Для выполнения функций подразделений организации должностные лица структурных подразделений наделяются определенными обязанностями и правами на распоряжение ресурсами и несут ответственность за выполнение закрепленных за ними должностных обязанностей.

Для достижения стоящих перед предприятием (организацией) целей необходимо, чтобы в организационной структуре выполнялись следующие общие принципы:

- закрепленные функции структурных подразделений полностью покрывают потребности управления хозяйственными процессами, осуществляемыми на предприятии;

- закрепленные функции подразделений совпадают с фактическими;

- функции, закрепленные за каждым подразделением, не приходят во взаимное противоречие при оценке результатов деятельности;

- дублирование функций различных подразделений сведено к минимуму;

- функции каждого подразделения обеспечены в ресурсном отношении (включая административный ресурс);
- функции каждого подразделения обеспечены в информационном отношении;
- разработаны и действуют процедуры контроля.

С точки зрения эффективности основной характеристикой деятельности предприятия должна быть ее сбалансированность, то есть оптимальность соотношения потребностей предприятия, внутренних тактических и стратегических целей предприятия, а также его инвестиционных, технологических, производственных, финансовых возможностей.

Основными целями повышения эффективности деятельности являются:

- максимальное удовлетворение потребностей предприятия;
- повышение экономической эффективности предприятия;
- повышение социальной эффективности предприятия.

На первоначальном этапе разработки проекта по повышению эффективности деятельности предприятия необходимо сформулировать стратегические цели по следующему алгоритму (рис. 2).

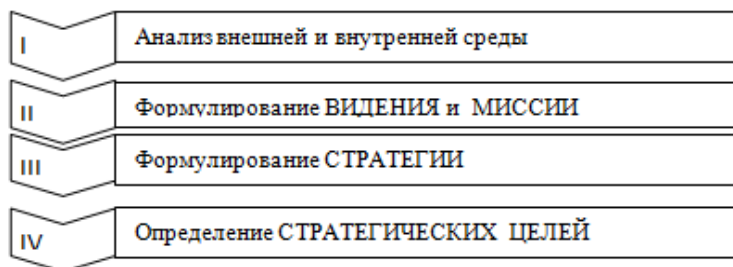


Рисунок 2. Алгоритм формулирования стратегии развития и стратегических целей

На первоначальном этапе необходимо провести анализ внешней и внутренней среды с целью выявления и оценки факторов, оказывающих влияние на ее деятельность и реализацию проектов. При этом факторы делятся на внешние (конъюнктурные) и внутренние (факторы самой компании). В данном случае, рекомендовано учитывать не только внешние, но и внутренние факторы, такие как структура предприятия, качество и эффективность управления, экономический потенциал предприятия, достаточность и рациональность использования ресурсов (в том числе финансовых и трудовых), а также других факторов, которые также оказывают

значительное влияние на эффективность деятельности предприятия [1].

В целом, при осуществлении деятельности и планировании инвестиционной программы в не принимают в расчет такие внутренние факторы, как миссия, стратегия и стратегические цели предприятия. Однако пренебрежение данными факторами приводит к снижению эффективности деятельности предприятия в целом.

Таким образом, на втором этапе представленного алгоритма необходимо определить миссию и видение предприятия. В современной научной литературе существует множество определений понятия видения. Наиболее полным, по-нашему мнению, является следующее: Видение – это руководящая философия организации, обоснование существования фирмы, не сама цель, а скорее, чувство основной цели фирмы. То есть видение – это идеальная картина будущего, то состояние, которое может быть достигнуто при самых благоприятных условиях. Видение определяет уровень притязаний в процессе стратегического планирования [5].

Формирования видения начинается с создания образа существующей организации и его описания. Затем эксперты создают образ желаемого будущего состояния организации и после составления описания указанного образа определяют разрыв между желаемым будущим и настоящим состоянием организации.

В качестве примера приведем видение одной из известных компаний, которое было сформулировано её персоналом в результате обсуждения с командой управления: зрелая, сплоченная и системная организация, которая чутко реагирует на источники развития; корпоративная культура большинства работников ориентирована на развитие организации; от угроз со стороны внешней среды организацию защищает вышестоящая структура, и она же является источником поглощения результатов развития организации.

Видение определяет миссию организации – это основная, генеральная цель, цель существования организации, которая должна быть достигнута в плановом периоде. Миссия является более конкретным ориентиром, чем видение. Она должна быть сформулирована таким образом, чтобы ее выполнение требовало напряжения сил организации, было связано с определенным риском деятельности. Срок выполнения миссии должен быть обозримым для того, чтобы персонал предприятия мог наблюдать результаты ее реализации.

Миссия может быть сформулирована как в виде одной фразы, так и в виде многостраничного программного заявления руководства

компании, в котором отражаются все аспекты согласования интересов различных групп и основные характеристики компании.

Перейти от общей формулировки миссии к конкретным планам работы помогает определение конкретных целей организации. Цель – это конкретное состояние отдельных характеристик организации в будущем, достижение которых является для нее желательным и на достижение которых направлена ее деятельность.

Установление целей переводит стратегическое видение и направление развития компании в конкретные задачи, связанные с производством и результатами деятельности фирмы. Цели являются обязательством управленческого аппарата добиться определенных результатов в установленное время [3].

Стратегия организации формируется путем разработки и постановки комплекса стратегических целей. Воплощение их в жизнь должно привести организацию к осуществлению глобальной цели. Стратегические цели определяют перспективные направления развития организации на реально прогнозируемый период.

Кроме того, стратегические цели формулируют направления совершенствования, преобразования и развития не только всей организации в целом, но и подразделений или составляющих менеджмента, могут содержать подходы и устанавливать ориентиры к осуществлению таких целей. К стратегическим целям можно отнести увеличение объема продаж, увеличение доли рынка, изменение качества продукции и т.д.

Реализация стратегических целей обеспечивается эффективной постановкой и достижением тактических целей, которые определяют программные действия текущего периода, к которым можно приступить уже в данный момент. В качестве тактических целей в организации могут, например, определяться:

- разработка и использование инноваций в технологии или управляющих системах;
- проведение конкретных мероприятий по обеспечению подбора и оценки персонала;
- осуществление программ повышения квалификации, профессионального перепрофилирования и т.д.

Тактические цели подкрепляются оперативными целями, которые определяются конкретными периодами или сроками их выполнения, четко установленными во времени. В качестве оперативных целей в организации могут определяться, например:

- составление срочных прогнозов;
- осуществление разовых действий;

- формирование заказов и лимитов потребления на сырье, оборудование и т.д.

На следующем уровне планирования ставятся и реализуются локальные цели, которые ограничены в пространстве местом реализации, предметом, объектом, конкретными специфическими особенностями [4]. Этот уровень максимально приближен к первичным подразделениям, определяя, например, такие цели, как:

- проверка работы регионального представительства;
- проведение презентации в местном филиале;
- отгрузка или получение товара на складе и т.д.

Частные цели осуществляются в любых подразделениях, где регулярно ставятся и решаются разовые проблемы функционирования и развития организации.

Частные цели направлены на успешное разрешение конкретных ситуаций по каждому случаю, в каждом подразделении в отдельности. Они могут зависеть от системных и случайных (чрезвычайных), социальных, психологических, экономических, технологических и других факторов. К ним могут относиться:

- внеплановая замена оборудования;
- ликвидация или компенсация отклонений;
- выполнение отдельных поручений и т.д.

Большинство частных целей не определяется заранее, а ставятся по ходу решения самых разнообразных частных задач. Эти цели чаще всего объединяются, разъединяются, пересекаются между собой в рамках разрабатываемого и реализуемого единого дерева целей организации.

В завершении хотелось бы отметить, что цели будут значимой частью процесса стратегического планирования только в том случае, если высшее руководство правильно их сформулирует, затем эффективно их институционализирует, информирует о них и стимулирует их осуществление во всей организации. Процесс стратегического планирования будет успешным в той степени и в той мере, в какой высшее руководство участвует в формулировании целей и в какой мере эти цели отражают ценности руководства и реалии организации.

Список литературы

1. Жемчугов А.М., Жемчугов М.К. Эффективное предприятие. Его активы и стратегия // Проблемы экономики и менеджмента. 2015. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnoe-predpriyatie-ego-aktivy-i-strategiya/viewer> (дата обращения: 21.05.2021).

2. Жемчугов А.М., Жемчугов М.К. Построение эффективного предприятия. Создание эффективного предприятия // Международный журнал «Проблемы теории и практики управления». 2020. №9. [Электронный ресурс]: <https://corpsys.ru/articles/organization/construction-of-enterprise-2.aspx> (дата обращения: 30.05.2021).

3. Ключева, Н. С. Каким должно быть эффективное управление предприятие // Молодой ученый. 2018. № 21 (207). С. 248-249. [Электронный ресурс]: <https://moluch.ru/archive/207/50651/> (дата обращения: 30.05.2021).

4. Информационный сайт spravochnik.ru // Анализ организационных структур управления [Электронный ресурс]: https://spravochnik.ru/menedzhment/analiz_organizacionnyh_struktur_upravleniya/#:~:text=Анализ%20организационных%20структур%20управления%20-,на%20все%20аспекты%20работы%20компании (дата обращения: 18.05.2021)

5. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]: <https://monographies.ru/ru/book/section?id=6570#:~:text=Видение%20определяет%20миссию%20организации%20-,связано%20с%20определенным%20риском%20деятельности> (дата обращения: 25.05.2021)

Герасимова Е.А.

Научн. рук.: докт. экон. наук, проф. Макаров И.Н.

Липецкий филиал РАНХиГС

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ – ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

При принятии решений в процессе финансово-хозяйственной деятельности предприятия руководители опираются на учетно-аналитическую информацию. Для эффективной деятельности предприятий необходимо обладать полной, достоверной, своевременной, актуальной учетно-аналитической информацией, которая будет предоставлять предприятию конкурентные преимущества в процессе его функционирования.

Большое количество трудов ученых направлено на исследование сущности информации, ее роли в процессе финансово-хозяйственной деятельности и совершенствовании информационного обеспечения. Однако новые технологии в процессе финансово-хозяйственной деятельности, сбора и обработка учетной информации, развитие конкуренции требуют постоянного совершенствования системы

информационного обеспечения [2, с. 48].

Целью статьи является освещение значения учетно-аналитической информации при принятии научно-обоснованных управленческих решений в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности.

Значение и роль учетно-аналитической информации в процессе деятельности предприятия постоянно растет, поскольку она присуща значительной части процессов, которые происходят на предприятии и являются основным фактором и ресурсом его деятельности.

В повышении темпов экономического роста и укреплении конкурентных позиций предприятия важную роль играет организация процесса информационного обеспечения финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Для правильной организации информационного обеспечения финансово-хозяйственной деятельности на предприятии необходимо осуществить совокупность процессов для предоставления пользователям необходимой учетно-аналитической информации. При этом информация должна содержать описание условий, в которых она получена. Кроме того, для удовлетворения потребностей пользователей учетно-аналитическая информация должна быть тщательно подготовлена и подана в установленный графиком срок. Сам процесс организации информационного обеспечения охватывает процессы сбора, обработки, хранения и использования информации [5, с. 203].

Организация информационного обеспечения финансово-хозяйственной деятельности предусматривает осуществление нужных процедур (сбора, обработки, хранения и использования информации), которые позволяют обеспечить процесс функционирования предприятия необходимой учетно-аналитической информацией.

Сбор учетной информации обеспечивает ее поступление из различных источников для обеспечения процесса обработки. Информационное обеспечение финансово-хозяйственной деятельности предприятия необходимо организовать таким образом, чтобы автоматизировать функции сбора и обработки этой информации, объединяя при этом всех должностных лиц и все структурные подразделения, которые задействованы в этом процессе, и обеспечить двустороннее движение учетно-аналитической информации [4, с. 118].

В процессе обработки информации, как правило, предполагается использование определенных компьютерных программ и алгоритмов, которые помогают трансформировать информацию в более четкую форму, ускорить процесс доступа к ней и увеличить скорость ее передачи. С их помощью входящие сообщения по определенным

правилами, определенными пользователем, превращаются в выходные, которые предназначены к использованию.

Для обеспечения быстрого доступа пользователя к необходимой ему информации целесообразно осуществить ее аналитико-синтетическую проработку. Ведь в массивах информации представляют не сами документы, а лишь их поисковые образы, которые являются вторичной информацией. Поэтому для содержательной оценки значимости документа и уменьшения физического объема или изменения знаковой формы документа по условиям минимальной потери информативности необходимо хорошо владеть методикой аналитико-синтетической проработки учетной информации. Суть такой методики заключается в сжатии учетной информации.

Процесс хранения учетно-аналитической информации заключается в обеспечении полноты, целостности собранной и обработанной информации и создании надлежащих условий для ее использования.

Использование учетно-аналитической информации заключается в ее передаче (распространении) в процессе функционирования предприятия пользователям. Для предоставления им нужной учетной информации в необходимой форме следует осуществить анализ их информационных потребностей.

Использование системы информационного обеспечения в процессе функционирования предприятия предопределяет такие основные преимущества как: экономия времени и ресурсов, унификация и стандартизация способов решения поставленных задач, оптимизация управленческих решений, автоматизация процессов оформления текстовой и графической документации, а также хранения и выдачи информации на запросы пользователей [3, с. 15].

Однако систему информационного обеспечения нужно совершенствовать для того, чтобы экономить время работников, повысить эффективность их работы и точность информации. Суть усовершенствования информационного обеспечения финансово-хозяйственной деятельности предприятия может заключаться в создании новых или модернизации имеющихся систем. Улучшение системы информационного обеспечения должно осуществляться систематически и базироваться на новых информационных технологиях, средствах компьютерной и коммуникационной техники.

Совершенствование информационного обеспечения финансово-хозяйственной деятельности предприятия необходимо проводить с

учетом следующих требований: аналитичность, объективность, единство, оперативность, рациональность.

Аналитичность учетно-аналитической информации заключается в том, что она должна не только констатировать факты, но и использоваться для «опережения событий», позволяя спрогнозировать будущие события.

Объективность учетно-аналитической информации выражается в том, что полученная учетно-аналитическая информация должна быть достоверной, точной, объективно отражать исследуемые явления и процессы [1, с. 70].

Необходимо помнить, что должно быть обеспечено единство информации, которая поступает из разных источников. Все хозяйственные операции должны регистрироваться только один раз, то есть необходимо устранить дублирование учетно-аналитической информации из разных источников.

Требование в оперативности учетно-аналитической информации - обеспечение поступления учетно-аналитической информации в кратчайшие сроки. Этого можно достичь с применением новейших средств связи, проработки ее на компьютере и тому подобное.

Требование рациональности определяет полезность информации, то есть для принятия любого решения необходима разносторонняя информация, в случае ее отсутствия анализ будет неполным, с другой стороны, избыток информации продлевает процесс ее поиска и сбора, поэтому лишние данные необходимо устранить и использовать лишь необходимые.

Эти требования необходимо учитывать во время формирования системы информационного обеспечения и во время ее совершенствования, поскольку эффективно построенное информационное обеспечение в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности предприятия повышает успешность принятия управленческих решений, достижение целей и задач, уменьшение рутинной работы и повышение достоверности результата.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что формирование информационного обеспечения финансово-хозяйственной деятельности предприятия - сложный процесс, однако его постоянное совершенствование обусловит его успешное функционирование и получение необходимой учетно-аналитической информации. Совершенствование информационного обеспечения позволит повысить производительность труда, оптимизировать использование ресурсов и расходы, ускорить документооборот, ускорить решение

проблем и повысить качество полученной с его помощью учетно-аналитической информации.

Список литературы

1. Булкина Н.А. Информационное обеспечение анализа финансового положения организации по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности // Инновационная наука. - 2019. - № 3. - 70 с.
2. Губина О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник - М.: Форум, 2017. - 48 с.
3. Кичигина Т.Н. Проблемы и пути улучшения финансового состояния предприятия // Синергия Наук. - 2019. - № 42. - 15 с.
4. Малышева А.С. Необходимость аудита как элемента финансового контроля на современных предприятиях // Известия Института систем управления СГЭУ. - 2020. - № 1 (21). - 118 с.
5. Малышева П.В. Учетно-аналитическое обеспечение в целях управления организацией // Аллея науки. - 2018. - № 11 (27). - 203 с.

Глушкова А.О.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефедова С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

АУДИТ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Бухгалтерский аудит - это один из видов проверки предприятия. Сам аудит выявляет несоответствия между анализом годовой финансовой отчетности, деятельностью компании и действующим законодательством Российской Федерации. Согласно законодательству Российской Федерации аудит компании - это независимый аудит финансовой и бухгалтерской отчетности, целью которого является составление отчета о достоверности финансовой отчетности. Аудит финансовой отчетности - это независимая проверка, проводимая аудиторским органом, при котором выдается мнение аудиторского органа о степени достоверности финансовой (бухгалтерской) отчетности хозяйствующего субъекта. Роль финансовой информации невозможно переоценить, поскольку ее можно использовать для оценки финансовой стабильности, активов и финансового состояния хозяйствующего субъекта. Основная цель проверки - дать независимую профессиональную оценку. Как правило, необходимо проверять платежеспособность и честность, что помогает отслеживать налоговые риски и регулярно выявлять недостатки в бухгалтерском учете (проверка компетентности сотрудников).

В рыночных отношениях аудит широко признан во всем мире. Это форма независимого контроля, которая может применяться ко всем экономическим субъектам, независимо от организационно-

правовой формы, формы собственности и объединения. Разделяют внешний и внутренний аудит. Внутренний обеспечивается руководством компании или специализированным отделом. Этот бухгалтерский контроль чаще всего проводится руководителями при смене главного бухгалтера. А также когда вам нужно просмотреть большое количество документов за короткий промежуток времени. В этом случае внешний аудит делится на обязательный и инициативный. При аудите организации следует уделять особое внимание тому, чтобы от руководства было получено официальное письменное заявление, показывающее, что руководство понимает свою ответственность за ведение бухгалтерского учета и предоставление надежной и полной информации. А руководство должно выразить свое мнение, привести аргументы по спорным вопросам бухгалтерского учета и отчетности, которые возникают в ходе аудита.

При проверке следует обращать особое внимание на факторы риска. Учтявая, что документы для изучения и оценки систем бухгалтерского учета и внутреннего контроля должны соответствовать объему проверяемого объекта, так документ для малого бизнеса может быть составлен в упрощенной форме по сравнению с другими юридическими документами. Главный бухгалтер организации отвечает за соответствие всех хозяйственных операций по законодательству Российской Федерации, контролирует движение активов и выполняет взятые на себя обязательства [4]. Требования главного бухгалтера к ведению хозяйственных операций и предоставлению информации в бухгалтерию являются обязательными для всех сотрудников организации. Документы для расчетов наличными без подписи главного бухгалтера считаются недействительными и не подлежат оформлению. Аудитор проверяет подпись главного бухгалтера на всех документах. В случае разногласий между руководителем и главным бухгалтером в хозяйственной деятельности документ может быть принят к исполнению в соответствии с письменным указанием руководителя, который несет полную ответственность за всю выполненную работу [2].

В соответствии с правилами бухгалтерского учета 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» аудитор проверяет состав, содержание и подготовку годовой финансовой отчетности, определяет соответствие используемых форм по сравнению со стандартными формами и соблюдение инструкций по составлению отчетов [3]. Аудитор, проверивший состав и содержание форм бухгалтерской отчетности для компании, подтверждает соответствие требованиям нормативных документов (наличие всех указанных форм, полнота

заполнения, наличие необходимой информации). Все расхождения с данными бухгалтерского учета, а также все ошибки и нарушения, выявленные в ходе инвентаризации, должны быть исправлены и отражены в соответствующих учетных регистрах до представления годового отчета [1]. Необходимо сообщать обо всех неточностях в данных бухгалтерского учета, а также о любых ошибках и упущениях, обнаруженных в описи.

Таким образом, аудит бухгалтерской (финансовой) отчетности, является неотъемлемой частью экономики, которая помогает субъектам экономики находить новые источники финансирования и предотвращать возможные ошибки при ведении бухгалтерского учета.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/ (дата обращения: 12.04.2021).

2. Федеральному закону № 402-ФЗ от 06.12.2011 г. «О бухгалтерском учете» [Электронный ресурс] http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/5864bb6f56b1eb0fb1ada8aac90fa2990e8ef58b/ (дата обращения: 12.04.2021)

3. Положению по бухгалтерскому учету 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» [Электронный ресурс] http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_18609/d914c3b6eбаа1058fbfa77f7a66a2f8d92ea09cf/ (дата обращения: 12.04.2021)

4. Правило (стандарт) аудиторской деятельности «Особенности аудита малых экономических субъектов» (одобрено Комиссией по аудиторской деятельности при Президенте РФ 11.07.2000 [Электронный ресурс] http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28978/ (дата обращения: 12.04.2021)

Голов В.Е.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тулский филиал Финуниверситета

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА

Для стабильного процветания бизнеса, руководитель должен постоянно оценивать его эффективность. Для этого применяются ключевые показатели эффективности бизнеса (key performance indicators, KPI). Данные показатели могут применяться как для управления и оценки деятельности всего предприятия, так и для отдельно взятого сотрудника [1, с. 81].

KPI условно можно разделить на оперативные и стратегические.

Показатели, которые относятся к первому виду КРІ, предназначены для анализа деятельности предприятия и его отдельных подразделений на настоящий момент времени. Стратегические показатели определяют эффективность деятельности предприятия за определенный период времени, помогают установить цели на следующие периоды.

На сегодня существует много различных видов ключевых показателей, но можно выделить несколько основных:

- 1) КРІ затрат – показывают количество затраченных ресурсов на выполнение целей компании;
- 2) КРІ эффективности – определяют отношение одного показателя к другому;
- 3) КРІ производительности – характеризуют отношение между полученным результатом и временем, затраченным на его получение;
- 4) КРІ результата – оценивают полученный результат, которого добилась компания [2]

Таким образом, сумма вышеописанных КРІ помогает руководителю составить общую картину эффективности деятельности его предприятия, определить слабые места, которые необходимо усовершенствовать, выделить сотрудников, которые не справляются со своими задачами, и провести с ними работу.

Показатели эффективности определяются в зависимости от сферы деятельности компании. Так, основные КРІ в сфере интернет-маркетинга будут следующими:

ROMI (return on marketing investment) – показывает рентабельность инвестиций в маркетинг, т.е. насколько оказались эффективны вложения компании в свою рекламную кампанию.

CTR (click-through rate) – отражает число кликов на рекламное объявление компании к число показов.

Количество лидов – потенциальные клиенты, обратившиеся в компанию или оставившие свои контакты.

Для грамотного внедрения показателей эффективности необходимо придерживаться определенных правил и принципов, без которых нововведение окажется не таким полезным или вовсе будет отвержено. Данные правила отразим в таблице 1.

Таблица 1 – правила и принципы внедрения КРІ.

| Принцип | Обозначение |
|------------------|--|
| Принцип 10/80/10 | Компания должна иметь около 10 ключевых показателей результативности, 80 производственных показателей и 10 показателей эффективности |

| | |
|---|---|
| Принцип управляемости и контролируемости | Каждое подразделение, ответственное за определенный показатель, должно иметь необходимые ресурсы для его достижения, а также результат деятельности подразделения может быть проконтролирован |
| Принцип согласования стратегии и производственных показателей | Показатели производственной деятельности компании должны соответствовать текущим факторам успеха и стратегическим планам предприятия. |
| Принцип партнерства | Между всеми лицами, заинтересованными в повышении производительности, должно быть установлено эффективное партнерство |
| Принцип перенесения усилий на главные направления | Руководитель, который хочет улучшить производительность труда, должен позаботиться о повышении квалификации персонала, проведении различных тренингов |

Каждая компания, которая хочет внедрить систему KPI, должна понимать, что для этого понадобится много сил, времени и различных затрат. Поэтому возникает ряд проблем при введении показателей эффективности:

- Неверно разработанная система вознаграждений за достижение определенных показателей. Данная проблема может вызвать различные махинации со стороны сотрудников, которые будут гнаться за собственной выгодой.
- Нарушение баланса в выборе ключевых показателей эффективности в пользу какой-либо из сторон (работники, менеджеры, партнеры, потребители и др.)
- Не соответствие компетенций персонала тем запросам, показателям, которые планирует требовать руководитель.
- Неготовность сотрудников работать ответственно и на результат, результатом станет их уход из компании.

Исходя из представленных проблем, необходимо понимать, что внедрение системы KPI – это не волшебная палочка, которая поможет моментально вывести работу человека, отдела или всей компании на новый уровень. Этот процесс требует внимательности и серьезного отношения к себе. Однако, если руководитель грамотно отнесется к выбору ключевых показателей эффективности, они способны улучшать работу персонала, а следовательно, и финансовые показатели предприятия в целом.

Список литературы

1. Одинцов Б.Е. Информационные системы управления эффективностью бизнеса [Электронный ресурс]: учебник. М.: Юрайт, 2021. 206 с. <https://urait.ru>. (дата обращения: 29.05.2021).

2. Ставицкая О.С. Крі-ключевые показатели эффективности, их виды и применение [Электронный ресурс] // Проблемы современной науки и образования. 2018. <https://cyberleninka.ru>. (дата обращения: 29.05.2021).

Гончарова Н.В.

Научн. рук.: докт. экон. наук, доц. Поляков В.А.

Тульский филиал Финуниверситета

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕСА В
СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ПЕРИОД
РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПАНДЕМИИ (COVID – 19) В 2020 ГОДУ

На протяжении многих лет проводится мониторинг потребительского поведения, занимающий важнейшее место в маркетинговых исследованиях наряду с изучением рынка и механизмов работы коммерческих фирм, в процессе которого изучаются вопросы, определяющие отношение россиян к условиям приобретения, цене, престижу, качеству товаров и услуг, выбор при покупке и особенности ее совершения, отношение к рекламе и другие аспекты. Цель такого изучения должна соответствовать основному принципу маркетинга: «Производить то, что покупается, а не покупать то, что производится» [1].

Так, за годы исследования, привычки и стили потребления россиян претерпели значительные изменения, и вектор этих изменений направлен в сторону цивилизованного потребления. Большое внимание уделяется сервису, формату обслуживания, качеству продукта. Расположение торговой точки, ассортимент, наличие парковки, возможности рассчитываться кредитной картой – эти факторы приобретают все большее значение.

Предпринимателю требуется постоянно совершенствоваться и расширять спектр оказываемых услуг, чтобы удовлетворять меняющиеся с каждым днем требования покупателей и в свою очередь оставаться конкурентоспособным [2].

Потребитель – главный объект маркетинга. А под потребительским поведением понимается решение потребителя о распределении дохода между товарами и услугами, которые он собирается приобрести. Решающее влияние на покупательский выбор оказывают четыре основных фактора психологического порядка: мотивация, восприятие, убеждения и установки. Исходной здесь

является мотивация, т.е. обоснование необходимости покупки товара. Удовлетворение от покупки снижает напряжение, испытываемое человеком, приносит ему облегчение. Изучение потребительского поведения дает возможность производителю (продавцу) наилучшим образом распределить свои ресурсы для получения максимальной прибыли при продаже товаров и услуг. Предприятия достигают успеха, если предоставляют потребителю выбор и реальную выгоду. Понимание этого и постоянное приспособление к поведению потребителя являются весьма важными требованиями для выживания в условиях конкуренции [1].

Из всего выше сказанного, можно сделать вывод, что потребитель в нынешнем веке имеет большое количество возможностей в удовлетворении собственных потребностей.

Но хочется сказать о том, что в свете последних событий, а именно в период распространения COVID – 19 в начале 2020 года, все лидеры российского бизнеса испытали на себе мировой кризис, который поднял много вопросов относительно поведения российских потребителей. Данная ситуация коснулась всех отраслей, в том числе и общественного питания, к числу которой относится один из лидеров российского бизнеса – компания «Макдоналдс» [5].

Все мы знаем, что до введения строгих мер по предотвращению распространения пандемии, почти каждый потребитель пользовался услугами питания вне дома. Как же изменилось поведение потребителей этой сферы с приходом COVID – 19?

Компания «Макдоналдс» уже на заре данной эпидемии начала предпринимать меры по защите здоровья своих потребителей и сотрудников. Сразу же были введены усиленные меры безопасности: во всех предприятиях в России увеличена частота дезинфекции и обработки поверхностей хлорным раствором, закуплены маски для сотрудников, во всех зонах мойки рук сотрудников и покупателей используется мыло с антибактериальным эффектом и антисептики для обработки рук [6]. Однако, коронавирус породил ряд страхов, многие обеспокоены опасностью серьезно заболеть или умереть, а так же – опасностью заражения членов их семей.

После выхода Указа Губернатора Тульской области №12 от 16.03.2020, запрещающий проведение на территории Тульской области массовых мероприятий с участием более 1000 человек [3], закрываются все учебные заведения, переходя на дистанционное обучение. Офисные сотрудники переходят на удаленную работу, и так же находятся дома. С каждым днем все меньше и меньше людей начинают посещать общественные места. Так как студенты и офисные

сотрудники являются основными потребителями фаст фуда, обеспечивая 60% доходности предприятий Макдоналдс, бизнес уже претерпевает огромные потери. Перестали посещать предприятия Макдоналдс потребители 55+, а так же в разы сократился спрос потребителей с детьми и в возрасте 35+.

После выхода Указа Президента РФ №206 от 25.03.2020 «Об объявлении в Российской Федерации нерабочих дней с 30 марта по 03 апреля 2020 года», приостанавливают свою деятельность все предприятия и организации, за исключением организаций:

- а) непрерывно действующих организаций;
- б) медицинских и аптечных организаций;
- в) организаций, обеспечивающих население продуктами питания и товарами первой необходимости;
- г) организаций, выполняющих неотложные работы в условиях чрезвычайных обстоятельств;
- д) организаций, осуществляющих неотложные ремонтные и погрузочно-разгрузочные работы [3].

Предприятия «Макдоналдс», несмотря на жесткие ограничения, продолжают свою работу в разгар пандемии, так как относятся к непрерывно действующим организациям. Залы предприятий закрыты, падение потребителей достигло почти 95%. В этот период компания начинает активно развивать направление доставки еды, с помощью сервисов Яндекс Еда и Deliveri Clab, а так же осуществляется продажа через окна МакЭкспресс (только навынос). Новые процессы на предприятиях предполагают бесконтактную передачу заказа потребителю, ежечасную дезинфекцию всех поверхностей хлорсодержащими растворами; курьерам и сотрудникам перед входом в предприятия замеряют температуру, если 37 градусов и выше, работники не допускаются до работы, а курьеру не отдается заказ [6]. В таком режиме предприятия работают весь апрель 2020 года.

Маркетинг, для удержания своих потребителей, внедряет всевозможные выгодные предложения и акции:

- кофе и капучино за 10 рублей;
- выгодные пары (два продукта по сниженной цене);
- сеты для друзей;
- сеты для семьи и др.

Все больше потребителей предпочитают пользоваться услугами МакДоставки, в связи с чем, прослеживается тенденция увеличения среднего чека на 15-20% по сравнению с обычным периодом до пандемии. Из чего можно сделать вывод, что потребитель, заказывая

готовую еду через приложение доставки, тратит денег больше, чем когда приходит за ней сам.

Рост среднего чека так же подтверждается исследованиями, проведенными в 2020 году экспертами «Сбербанка» и «Платформы ОФД» на основании попавшей в выборку информации об официальных продажах, зафиксированную кассовыми аппаратами и поступившую в адрес ОФД [7].

Эпидемия коронавируса COVID – 19 затронула практически все аспекты повседневной жизни людей по всему миру. При этом, люди ограничили те активности, которые связаны с высоким риском заражения: посещения кафе, баров и ресторанов, тренажерных залов и публичных мероприятий.

Коронавирусная ситуация полностью изменила психологию потребителей во время пандемии – люди снижали количество приобретаемой дорогой бытовой техники, автомобилей и смартфонов [4], поскольку не было уверенности в будущем, многие до сих пор озабочены не потенциальными проблемами своего здоровья, а ухудшением своего финансового положения.

То, сколько времени потребуется, чтобы поведение потребителей вернулось к нормальному состоянию, зависит от психологической устойчивости каждого человека, в том числе от того, насколько быстро они могут адаптироваться к изменениям, насколько они оптимистичны [4].

Главное – не впадать в панику, верить в будущее, идти вперед и не останавливаться на достигнутом.

Список литературы

1. Басовский, Л.Е. Стратегический менеджмент [Текст]: Учебник / Л.Е. Басовский. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 365 с.
2. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования [Текст]: учебник/ Б.Е. Токарев. – М.: Экономистъ. – 2017. – 624 с.
3. Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс] - режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru>, свободный (20.04.2021)
4. Бизнес-журнал В-МАГ [Электронный ресурс] - режим доступа: <https://b-mag.ru>, свободный (20.04.2021)
5. Рейтинг РБК 500.:Весь Бизнес России.:РБК [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://www.rbc.ru/rbc500>, свободный (20.04.2021)
6. Официальный сайт [Электронный ресурс] - режим доступа: <https://mcdonalds.ru/menu>, свободный (20.04.2021)

7. Официальный сайт [Электронный ресурс]
<https://www.retail.ru/news/kak-ros-sredniy-chek-v-pandemiyu-covid-19-dannye-po-otraslyam>, свободный (20.04.2021)

Гуломова Ш. И.

Научн. рук.: докт. экон. наук., доц. Поляков В. А.

Тулский филиал Финуниверситета

МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ НА ПРИМЕРЕ INSTAGRAM: ТЕНДЕНЦИИ 2021 ГОДА

На сегодняшний день в России насчитывается 99 миллионов пользователей социальных сетей. Это на 4,8 миллиона больше, чем в начале прошлого года. При этом 95,1% (94,15 миллиона) из них заходят в соцсети с мобильных. По данным Instagram на начало 2021 года, рекламная аудитория социальных сетей охватывает 45,8 % населения России старше 13 лет. Это на 3,7% (2 миллиона пользователей) больше, чем кварталом ранее. При этом 60,7% аудитории Instagram в России — женщины, а 39,3% — мужчины.

Продвижение в социальных сетях работает одинаково эффективно как для небольших компаний и стартапов, так и для зрелого и крупного бизнеса. Потенциальные клиенты проводят много времени и взаимодействуют с разными брендами через социальные сети. Компания, которая не общается со своей аудиторией через ВКонтакте, Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest или YouTube, рано или поздно может растерять лояльность аудитории, а вместе с тем и проиграть конкурентам [2, с. 169].

Instagram — идеальный канал для охвата огромной аудитории. Социальную сеть ежемесячно посещают более 1 миллиарда человек. В среднем, пользователи проводят в Instagram 53 минуты в день, что делает эту платформу одной из самых посещаемых социальных сетей после Facebook. Также Instagram помогает повышать продажи. Согласно исследованию Facebook, проведенному в 2021 году, 65% опрошенных людей посетили сайт или приложение бренда, увидев его в Instagram. При этом, 46% опрошенных покупали товары компании онлайн или офлайн.

Доступ к большой аудитории, которая активно взаимодействует с брендами и готова покупать, является основным преимуществом маркетинга в Instagram. Однако, у этой социальной сети есть и другие преимущества:

1. Продвижение бренда.

Маркетинг в Instagram в разы повышает узнаваемость бренда. Примерно 83% пользователей ищут в этой социальной сети новые

продукты и услуги. Согласно данным Facebook, 74% пользователей считают бренды с аккаунтами в Instagram релевантными, а 78% — популярными [1, с. 76]. Если у компании нет профиля в этой социальной сети, потенциальные клиенты предпочитают ее избегать.

2. Возможности роста аудитории.

Поняв свою целевую аудиторию и адаптировав её по себя, важно создавать высококачественные и интересные публикации. Это поможет заинтересовать и заставить остаться подписчика именно на этой странице. За счёт этого количество подписанных аккаунтов на профиль будет расти.

1. Увеличение продаж.

Аудитория в Instagram охотно делает покупки. По статистике, эта социальная сеть приносит на 70% больше конверсий, чем другие платформы. Поэтому, Instagram помогает компаниям получить максимум от использования социальной сети[2, с. 18]. Платформа предлагает эффективные инструменты, которые стимулируют покупки.

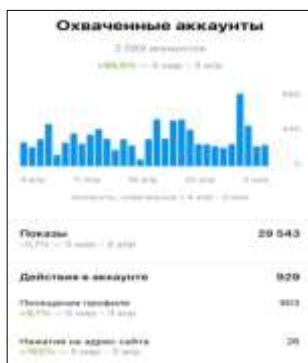


Рисунок 1 - Статистика охваченных аккаунтов и взаимодействий в Instagram

2. Повышение количества взаимодействий.

Социальные сети являются одним из лучших каналов для коммуникации с клиентами. Вы можете собирать отзывы у своей аудитории, мотивировать пользователей комментировать публикации.

Можно не только запускать рекламу в Instagram, но и отслеживать подробную статистику. В отчётах можно увидеть охват, показы, количество репостов, сохранений и многое другое.

В 2018 году Тинькофф Банк запустил конкурс “Обменник”, в рамках которого ежемесячно выбирают пять победителей. Каждому из них меняют лайки в Instagram на мили, которые можно конвертировать

в рубли и оплатить ими авиабилеты. Конкурс помогает генерировать полезный пользовательский контент, повышать узнаваемость бренда и привлекать новых клиентов.

Чтобы принять участие, необходимо разместить содержательный пост, который будет полезен путешественникам, и дополнить его хештегами #allairlines и #обменник. С первым хештегом в сети размещено уже более 8600 публикаций [1, с. 122].

Также, с помощью такой платформы как Instagram можно продвигать не только товары, но и различные услуги, к примеру образовательные. С помощью аккаунта и полезного контента образовательное учреждение Финуниверситета может охватить большое количество абитуриентов, при этом заинтересовав их выбрать именно этот ВУЗ.

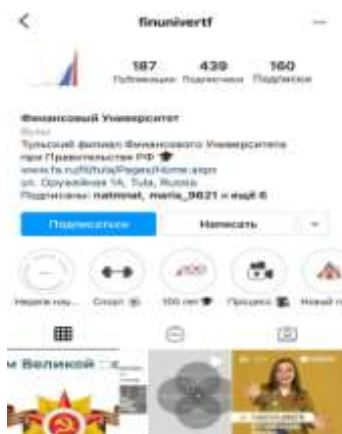


Рисунок 2 - Бизнес-аккаунт Тульского Филиала Финуниверситета в Instagram

Под полезным контентом важно понимать, что это в первую очередь публикация в профиль фотоотчётов с различного рода мероприятий внутри университета, спортивных и научных соревнований, проведения экскурсий и в целом жизни университета. Также можно обнародовать цены за обучение по различным направлениям для большего удобства в поиске информации. Познакомить будущих абитуриентов через аккаунт с преподавательским составом, обозначить главные преимущества, чтобы ещё больше заинтересовать.

Таргетирование в Instagram возможно по следующим показателям: интерес целевой аудитории, местонахождения, возраст и

пол.

Применив и запустив таретированную рекламу, при этом настроив правильно целевую аудитория (юноша и девушки 17-20 лет Тульской области), возможно повысится охваты и показы на аккаунте. Это способствует большей узнаваемости Финуниверситета, соответственно и желание абитуриентов поступить именно сюда - повысится.

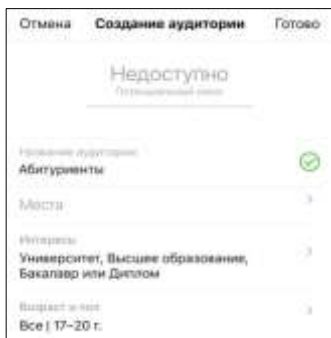


Рисунок 3 - Настройка целевой аудиторий для бизнес-аккаунта Финуниверситета

На примере многих бизнес-аккаунтов в Instagram можно отметить тенденцию того, что данная платформа при правильном использовании инструментов способствует колоссальному охвату пользователей, которые представляют из себя потенциальных клиентов.

Список литературы

1. Сенаторов А. А. Бизнес в Instagram. От регистрации до первых денег [Электронный ресурс] учебное пособие. М.: Альпина Паблишер, 2020. 150 с. <https://www.rulit.me/books/biznes-v-instagram-ot-registracii-do-pervyh-deneg-read-592983-1.html>. (дата обращения: 04.05.2021).
2. Хильт А. Н. Как раскрутить блог в Instagram. Лайфхаки, тренды, жизнь [Электронный ресурс] учебное пособиею. М.: АСТ-издательство, 2018. 259 с. <https://www.litres.ru/ast/>. (дата обращения: 04.05.2021).

Гуреева Е.В.

Научн. рук.: докт. экон. наук, доц. Поляков В.А.

Тульский филиал Финуниверситета

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕРЧАНДАЙЗИНГА

Мерчандайзинг — это комплекс мероприятий, целью которых является повышение эффективности продаж. Достигается это цель за счет способности торговой точки привлекать покупателей,

задерживать их внимание на максимально долгое время и стимулировать на максимальное количество покупок [4].

Главными инструментами мерчандайзинга являются выкладка товара и планирование торгового зала. Но даже при соблюдении разработанной и согласованной выкладки, наличии рекламных материалов, разнообразного ассортимента товаров и их достаточного запаса ожидаемого результата может не быть, продажи останутся на прежнем уровне и количество клиентов будет оставаться неизменным.

Это результат упущения важного этапа – оценки эффективности мерчандайзинга. Отсутствие контроля и объективного анализа приводит к тому, что система мерчандайзинга может перестать работать должным образом.

В жесткой борьбе между продавцами товаров отсутствие оценки своей работы и своевременных изменений приводит к негативным последствиям для магазина. Чем больше будет допущено ошибок, тем дороже они обойдутся торговой точке. Для большинства товаров массового спроса важна их выкладка, представленность на полке.

Мерчандайзинг выполняет две основные задачи. Во-первых, в торговой точке необходимо создать особые условия, стимулирующие желание совершить больше покупок. С такой точки зрения для оценки эффективности мерчандайзинга необходимо определить показатели социальной эффективности, позволяющие оценить изменение поведение покупателей [4]. Во-вторых, мерчандайзинговая деятельность призвана увеличивать розничные продажи и приносить прибыль. Поэтому оценивать эффективность мерчандайзинга нужно не только социальными, но и экономическими показателями [4]. То есть необходимо подойти к этой проблеме системно.

Для оценки эффективности мерчандайзинговой деятельности проводятся маркетинговые исследования.

Процесс маркетинговых исследований представляет последовательность этапов разработки и реализации исследовательского проекта. Он включает следующие этапы и процедуры [1, с. 23-24]:

- 1) определение проблемы и целей исследования;
- 2) разработка плана исследований;
- 3) расчет необходимых ресурсов;
- 4) реализация плана исследований;
- 5) интерпретация полученных результатов и их доведение до руководства;
- 6) использование результатов исследования.

Особое место в проведении маркетинговых исследований занимают методы сбора данных, на которых нужно остановиться подробнее.

Начинать маркетинговое исследование необходимо с отбора вторичной информации. Вторичная информация может использоваться для оценки экономической эффективности мерчандайзинга.

Вторичная информация – это данные, собранные ранее из различных источников для других целей [1]. Начинают именно с неё, потому что для принятия решения этого может быть достаточно. Сбор вторичной информации может быть значительно дешевле, чем сбор первичных данных. Источники вторичных данных могут быть внутренние и внешние. Торговые точки имеют массив информации, что может стать источником для проведения маркетинговых исследований. Будет полезна информация: объем продаж, динамика цен, размер среднего чека и т.д. Анализ объемов продаж, как система оценки имеет существенный плюс, поскольку, как уже было сказано, не требует дополнительных затрат на сбор и анализ данных.

Анализ структуры чека показывает среднее количество позиций в чеке, что полностью отражает успешность среды для совершения покупок. Учитывая количество наименований товаров можно оценить, насколько покупатели вовлечены в процесс торговли. Если в основе структуры товары первой необходимости, то на товары импульсного спроса люди не обращают внимание.

Анализ эффективности использования торговой площади магазина. Такой показатель характеризуется коэффициентом установочной площади, который определяется, как отношение суммы площадей оснований оборудования к площади торгового зала. Установлена оптимальная величина коэффициента: от 0,25 до 0,35 [3, с. 189]. Площадь торгового зала должна использоваться в полной мере, но, если превышает оптимальный коэффициент, то это означает перегруженность магазина, в результате чего покупатели будут ощущать тесноту и испытывать дискомфорт.

Стоит отметить, что по мнению Светланы Земляк, мерчандайзинг должен окупаться в течение месяца. В первый месяц его потенциал может не проявиться в полной мере и затраты на него будут превышать прибыль. Для оценки эффективности следует рассчитать такие показатели, как “прирост продаж” и “прибыль” от мерчандайзинга в месяц, как показано в формуле [2, с. 294]:

Прибыль от мерчандайзинга

= Прибыль от прироста за мес. – Затраты на мерчандайзинг в мес.

С. Земляк считает, что целесообразно установить срок оценки эффективности мерчандайзинга в три месяца. Этот вид анализа применяют для формирования целостной картины состояния дел в магазине.

Когда вторичной информации оказывается недостаточно, то приступают к сбору первичной информации. Первичная информация - это данные, собранные специально для решения конкретной маркетинговой проблемы в ходе проведения полевых исследований.

Сбор первичных данных позволит оценить социальную эффективность мерчандайзинга.

Существуют несколько методов сбора первичной информации [1, с. 27-28]:

- опрос;
- фокус-группа;
- наблюдение;
- эксперимент;
- метод экспертных оценок.

Проводя оценку эффективности мерчандайзинговых мероприятий, важно анализировать не только использование инструментов мерчандайзинга, но и составить мнение покупателей о магазине. Достигнуть поставленную цель можно методом анкетирования. Этот метод наиболее оперативный для сбора первичной информации. За короткий промежуток времени можно опросить большое количество людей, а результаты анкетирования более доступны для математической обработки. Анкетирование потребителей – эффективный метод маркетинговых исследований, позволяющий организации получить более полную и достоверную информацию об отношении к ней потребителей. Может быть использована неслучайная выборка - отбор на основе принципа удобства.

Предлагается ещё один метод оценки эффективности мерчандайзинга с использованием современных технологий. Это поведение опроса мнений посетителей торговой точки с помощью QR-кода. Это очень удобно и для аналитиков, и для участников опроса.

Сегодня QR-код используется повсюду для доступа информации, перехода на сайт, оплаты счета и т.д. У большинства посетителей магазинов есть телефон с камерой, который считывает этот код, и они умеют этим пользоваться. Социологическая служба ИОМ “Анкетолог” проводила исследования и выяснила, что 97% опрошенных знают, что такое QR-код и встречали его; 62% знающих о существовании QR-кода, пользовались им хотя бы раз; а удобство использование QR-кода

было оценено на 8,4 балла из 10 [5]. Поэтому использовать это средство для проведения опросов очень актуально.

Чтобы QR-код работал, и посетители активно участвовали в опросах, необходимо замотивировать людей. QR-код можно оформить на листовках, буклетах, стойках, вывесках, табличках. Но сегодня вокруг нас большое количество информации, что человека сложно завлечь в участие в мероприятии. Работать над заинтересованностью посетителей должны не только магазины, но и производители продукции.

С помощью такого качественного метода исследования, как наблюдение, можно выявить насколько правильно используются инструменты мерчандайзинга. Среднее время пребывания покупателей в торговой точке – это показатель грамотной планировки магазина и взаимного расположения прилавков. Посетитель магазина не должен совершать покупки за короткий период времени. Поскольку это будет означать, что он приобрёл только самое необходимое и не ознакомился с представленным ассортиментом, не было импульсивных покупок. Быстрое посещение магазина покупателем означает то, что не удалось завоевать его внимание, либо товар не расположен в соответствии с типом спроса. Можно поставить эксперимент: к корзинкам и тележкам наклеить номерки и отслеживать, когда взяли определенный номерок и когда вернули на место.

Одним из самых распространенных методов качественного сбора информации является фокус-группа. Метод заключается в формировании определенной группы людей из целевой аудитории для проведения обсуждения поставленной проблемы. Ход дискуссии контролирует модератор. Главная проблема этого метода, что большой объем полученных данных можно неправильно интерпретироваться.

Есть ещё один метод, заключающийся в получении оценки поставленной проблемы на основе мнения специалистов в этой области, - метод экспертной оценки. Экспертами по проблеме эффективности мерчандайзинга выступают сотрудники торговой точки. Можно провести сбор индивидуальных оценок или коллективных. Индивидуальные оценки определяются мнением одного эксперта или нескольких, но работающих во время проведения исследования отдельно. Коллективная оценка – это оценка группы, выражающая общее мнение экспертов. Для проведения экспертного оценивания существует несколько методик. Выбор методики проведения зависит от цели исследования.

Таким образом, для оценки эффективности мерчандайзинга применяют два основных типа критериев. Во-первых, это критерии

динамики сбыта товара, а, во-вторых, это критерии, основанные на потребительской оценке.

Приведенные выше методы помогут оценить эффективность мерчандайзинговой деятельности. Но анализировать ситуацию нужно регулярно. В противном случае отсутствие систематического контроля приведет к падению прибыли, неэффективности торговых площадей, потере новых клиентов. Поэтому важно учитывать интересы всех звеньев торговли и создавать гармоничную атмосферу в магазине.

Список литературы

1. Каменева Н.Г., Поляков В.А. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2020. 368 с. <https://znanium.com>. (дата обращения: 14.04.2021).
2. Методы стимулирования продаж в торговле [Электронный ресурс]: учебник / С.Б. Алексина [и др.]. Москва: ИНФРА-М, 2020. 304 с. <https://znanium.com>. (дата обращения: 14.04.2021).
3. Управление продажами [Электронный ресурс]: учебник / под общ. ред. С.В. Земляк. М.: ИНФРА-М, 2019. 300 с. <https://znanium.com>. (дата обращения: 14.04.2021).
4. Чкалова О.В., Ефремова М.В. Мерчандайзинг как инновационная технология управления эффективностью продаж [Электронный ресурс]// Экономический анализ: теория и практика. 2019. №2 (485). <https://cyberleninka.ru>. (дата обращения: 14.04.2021).
5. Социологическая служба ИОМ “Анкетолог” [Электронный ресурс]: <https://iom.anketolog.ru>. (дата обращения: 14.04.2021).

Гурова Л.Н., Щеулина Е.А.

Научн. рук.: канд.экон. наук, доц. Нефедова С.В.

Тулльский филиал Финуниверситета

ВЛИЯНИЕ ИНФЛЯЦИИ НА БУХГАЛТЕРСКУЮ (ФИНАНСОВУЮ) ОТЧЕТНОСТЬ

Данная статья посвящена такой актуальной теме, как влияние инфляции на бухгалтерскую (финансовую) отчетность. Увеличение требований, а также достоверности к экономическим сведениям происходит из-за расширения хозяйственной самостоятельности компаний, а также установление успешных связей с различными деловыми партнерами и нахождения новых способов привлечения денежных ресурсов. Финансовая отчетность является основным источником информации о материальном, а также экономическом состоянии компании.

Цель предоставленной работы является абстрактное доказательство отличительных черт и тенденций корректировки

финансовой отчетности с учетом инфляции ради предоставления ее правдивости, а также классифицировать.

Принцип отображения учетных объектов согласно расценкам приобретения считается одним из основополагающих принципов бухгалтерского учета [2]. Более рациональное использование данного признака можно считать в период устойчивых цен. Но вовремя достаточно сильной инфляции отчетность может показывать искаженное представление о финансовом состоянии, а также об итогах работы компаний, потому что различные статьи отчетности по-разному теряют собственную стоимость.

Инфляция – это переполнение каналов обращения денежной массой сверх потребностей товарооборота, вызывающее обесценивание денежных единиц, то есть снижение ее покупательной способности.

Не всякое повышение цен может являться показателем инфляции. Цены могут повышаться вследствие сезонных колебаний, монополизации рынка и т.д. Однако только изменения общего уровня цен в экономике, может являться инфляцией.

Внешнюю бухгалтерскую отчетность также можно охарактеризовать как финансовую отчетность. Она выступает в роли структуры данных о финансовом состоянии, финансовых итогах работы, а также изменениях в финансовом положении компании.

Низкий уровень инфляции практически не оказывает влияния на финансовое положение компании, в то время как, высокий уровень инфляции неблагоприятно воздействует на всю финансово-хозяйственную деятельность.

Воздействие инфляции на объективность баланса заключается в том, что такие статьи баланса, как и основные средства и производственные запасы искусственно занижаются согласно сопоставлению с их реальной ценой, а такие статьи, как денежные средства и средства в расчетах завышаются.

Расширение потребления предприятия сопровождается:

- реальным ростом масштабов производства;
- инфляционным ростом.

Очевидно, что чем больше масштабы производства, тем больше потребность предприятия в денежных средствах для продолжения производственного процесса. Увеличение цен на сырье и материалы влечёт повышение расходов предприятия на хозяйственную деятельность.

МС.ФО 15 "Информация, отражающая влияние изменения цен"[3] и МС.ФО 29 "Финансовая отчетность в условиях гиперинфляции"[4]

рекомендуют два подхода к учету инфляции, основанных на общей покупательной способности и на текущих затратах.

Основными последствиями инфляции являются:

- снижение стоимости имущества предприятия;
- сокращение затрат предприятия и себестоимости продукции и услуг;
- увеличение прибыли, налога на прибыль и показателей рентабельности;

В экономике существует два метода к предотвращению влияния инфляции на бухгалтерскую отчетность предприятия:

- по изменению курса валют;
- по смещению показателей товарных цен.

Многие государства, чтобы предотвратить инфляцию формируют резервные фонды (из прибыли), которые покрываются убытки, связанные с инфляцией.

Во многих странах исчисляются отчетность в твердой валюте, т.е. в долларах и евро. Данный метод учета влияния инфляции разумно использовать, если такой валютой совершается большинство операций и которая в результате этого выявляет финансово-экономические выгоды и риски.

В странах, где функциональной является государственная денежная единица, перечисление денежных средств в твердую валюту с использованием обменного курса на дату операции не дает особого результата, потому что увеличение темпов инфляции не совпадает с увеличением курса твердой валюты.[5] Переоценивание будет осуществляться либо путем переоценки данных отчетности, либо переоценки каждой хозяйственных операций, но данный процесс очень трудоемок. [1]

Подводя итоги, стоит отметить, что в обстоятельствах стагнации экономики бухгалтерская (финансовая) отчетность в целом не дает возможность справедливо дать оценку настоящей стоимости собственности компании, ее экономическому положению, перемещению денежной массы и итоги ее деятельности.

Список литературы

1. Анализ финансовой отчетности Донцова Л.В. Никифорова Н.А. учебник (дата обращения: 18.05.2021г.)
2. Бухгалтерский учет - Кондраков Н.П. (дата обращения: 18.05.2021г.)
3. МСФО 15 "Информация, отражающая влияние изменения цен" (дата обращения: 15.05.2021г.)

4. МСФО 29 "Финансовая отчетность в условиях гиперинфляции" (дата обращения: 15.05.2021г.)

5. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 22 «Влияние инфляции» (дата обращения: 13.05.2021г.)

6. Ушаков Руслан Сергеевич Финансовая отчетность в условиях инфляции http://www.mirrabort.com/work/work_26558.html (дата обращения: 13.05.2021г.)

Двойникова С.С.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тулский филиал Финуниверситета

АВТОМАТИЗАЦИЯ В АУДИТЕ КАК ГЛАВНЫЙ ТРЕНД 2021 ГОДА

В современных условиях во всех сферах деятельности происходит автоматизация процессов. Повсеместно внедряются роботы, встраивается новое программное обеспечение, работающее с большей долей автономности. Активно развивается направление по внедрению искусственного интеллекта, создаются сложные модели искусственных нейронных сетей для определения динамики количественных и качественных показателей бизнеса, применяются иные техники машинного обучения.

Пандемия, случившаяся в 2020 году, заставила по-новому посмотреть на инструменты автоматизации процессов, в том числе и в аудите. Распространение коронавирусной инфекции стало причиной масштабного кризиса. Предприятия были вынуждены приостанавливать производственную и финансово-хозяйственную деятельность, в спешном порядке переводить своих сотрудников на удаленную работу. Аудиторам также пришлось подстраиваться как под ограничения, введенные местными органами власти, так и под потребности своих клиентов. Это привело к ряду проблем, препятствующих качественному проведению аудита, в том числе:

1. Невозможность проведения очной аудиторской проверки в офисе заказчика;

2. Продолжительные нерабочие дни, объявленные президентом России, повлекли за собой рост дебиторской и кредиторской задолженностей;

3. Сроки проведения аудиторских проверок были перенесены из-за отсрочки по сдаче большинства видов отчетностей организаций;

4. Усложнились коммуникации и документообмен.

Данный ряд проблем был присущ всем аудиторским организациям и аудиторам в период пандемии. Многие из них не смогли преодолеть проблемы и были вынуждены прекратить свою

деятельность. В основном, сложности появились у небольших компаний, которые потеряли на фоне введенных ограничений большинство клиентов. В целом, в 2020 году произошло сокращение количества игроков на рынке аудиторских услуг (рисунок 1).



Рисунок 1 – Рынок аудита в России[5, 6]

Как видно на рисунке 1, за 2020 год произошло значительное сокращение как auditors (до 17,4 тыс. человек), так и аудиторских организаций (до 3,6 тысяч штук). Таким образом по итогам 2020 года рынок аудита в России заметно сократился.

В результате пандемии коронавируса, очевидно, что количество организаций, для которых аудит является обязательным, сократится, также, как и количество инициативного аудита, потребность в котором сокращается на фоне снижения доходов организаций и наличия неопределенностей в будущем.

В 2020 году введение обязательного дистанционного режима работы привело к значительной цифровизации аудиторских услуг. В это время особенно часто компании использовали современные средства связи и передачи данных, применяли электронную цифровую подпись и электронный документооборот [2, с. 132].

До пандемии 2020 года аудит в дистанционном формате применяли достаточно редко и при его проведении в надлежащем виде не проводилась проверки подлинности документов. В сложившейся ситуации аудиторы и аудиторские организации в ускоренной режиме внедрили в работу ряд инструментов:

- система электронного документооборота;
- специализированные ИТ-программы;

- облачное хранение данных.

Система электронного документооборота является ключевым инструментом удаленного взаимодействия с клиентом при проведении аудита. Существуют облачные сервисы, позволяющие хранить большой объем информации, обмениваться ей и сохранять при этом строгую конфиденциальность. Облачные хранилища надежно защищены современными способами шифрования передачи данных, которые позволяют просмотреть информацию и совершить с ней какие-либо действия только определенному кругу лиц [3, с. 76].

В настоящий момент лишь малая часть аудиторских процедур требует наличия первичных документов на бумажном носителе, что существенно упрощает работу, а также уменьшает себестоимость оказываемых услуг.

Однако до сих пор существует ряд процедур, которые требуют проверки оригиналов документов на бумажном носителе. Например, проверка полноты позиций в предоставленном реестре. Для проведения данной процедуры аудиторы выбирают некоторые позиции из полученного реестра данных и проверяют наличие подтверждающих документов у компании.

Важную роль при проведении аудита в настоящее время играет наличие специализированных ИТ-программ, где документируются аудиторские процедуры и их результаты [1, с. 375].

Любой аудит начинается со сбора информации о клиенте. Внутри данной программы существуют некоторые алгоритмы, позволяющие верно оценить необходимый объем первоначально получаемой информации, достаточный для формирования четкого мнения и приложения минимальных усилий.

Следующим шагом аудиторских процедур является оценка материальности и рисков. Для проведения таких процедур в ИТ-программах существуют специальные инструменты, позволяющие корректно проанализировать изменения в бизнесе клиента, изменения в финансовых отчетах. Программа помогает находить верные решения, предлагая свои варианты. Пользователю остается лишь подкорректировать их при необходимости.

После оценки рисков происходит планирование аудиторских процедур. И здесь не последнюю роль играют инструменты ИТ программы для аудита. Она помогает оценить существенность определенных статей финансовой отчетности на основании уже рассчитанных данных о материальности и определенных рисках. Запланировав необходимый объем процедур, начинается основной этап аудита - проведение процедур.

Особенностью технической стороны аудиторской деятельности является хранение информации на рабочих компьютерах. Хранение большого объема информации в ИТ программах влияет на их производительность, а также затрудняет доступ к необходимым документам вне рабочего места аудитора (например, при работе удаленно). Поэтому наиболее крупные аудиторские компании разработали ИТ программы, которые устанавливаются не на каждый компьютер фирмы, а находятся на общем сервере, подготовленном для операций с большим объемом данных [4, с. 104]. В перспективе постоянно развивающаяся сфера информационных технологий позволит внедрять новые решения в программное обеспечение, и корректировать их по мере разработки.

Безусловно, в период активной цифровизации, компании, которым удастся внедрить и использовать в своей работе автоматизированные инструменты, будут иметь конкурентное преимущество.

Тем не менее, аудиторы не смогут в полной мере отказаться от личного взаимодействия со своими клиентами и перейти на удаленный формат работы по причине того, что основная задача каждой аудиторской проверки заключается в удостоверении подлинности документов, достоверности представленных данных, которое невозможно провести полностью дистанционно.

Можно утверждать, что в ближайшем будущем часть аудиторских процедур будет переведена на дистанционное и онлайн взаимодействие, что позволит аудиторам и аудиторским организациям сократить затраты на аудит, а их клиентам снизить расходы на проведение аудиторских проверок.

Таким образом, с полной уверенностью можно сказать, что внедрение информационных технологий в аудит значительно облегчило работу, позволив сконцентрировать внимание на более важных факторах при проверке финансовой отчетности компаний. Тратится меньше времени на анализ финансовой информации компании, благодаря современным способам обработки информации. Итогом внедрения информационных технологий в аудит становится уменьшение времени проведения аудиторской проверки, улучшение качества предоставляемых услуг, улучшение условий работы аудиторов.

Список литературы

1. Казакова Н.А. Аудит: учебник. М.: Юрайт, 2019. 409 с.
2. Миргородская Т.В. Аудит: учебное пособие. М.:КноРус, 2019. 340 с.

3. Подольский В.И. Компьютерные информационные системы в аудите: учебное пособие. М.: КноРус, 2020. 159 с.

4. Гольшева Е.А. Информационные технологии в аудите // Синергия наук, 2019. № 8. С. 102-108.

5. Аудиторская деятельность [Электронный ресурс] <https://minfin.gov.ru/ru/performance/audit/> (дата обращения 05.05.2021).

6. Реестр аудиторских фирм России [Электронный ресурс] <https://www.audit-it.ru/sro/> (дата обращения 05.05.2021).

Деяева К.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тулский филиал Финуниверситета

АУДИТОРСКАЯ ПРОВЕРКА МЕТОДОВ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ПО УЧЁТУ РАСЧЁТОВ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ

Рассмотрение темы стоит начать с некоторых определений, необходимых для дальнейшего раскрытия вопросов, касающихся аудиторской проверки.

Поставщики – физические или юридические лица, которые поставляют товары, оказывают услугу или выполняют различные работы. Подрядчики, в свою очередь, выполняют работы на основании договоров подряда и являются специализированными предприятиями или физическими лицами [9, с. 125].

Расчёты с поставщиками и подрядчиками заслуживают особого внимания, поскольку при их учёте приходится сталкиваться с различными проблемами, которые необходимо решать. Следует отметить некоторые из них:

- Изменения в области законодательства;
- Низкая квалификация сотрудников;
- Наличие сомнительной кредиторской задолженности;
- Отсутствие организации быстрого обмена документами;
- При получении товара, количество или ассортимент отличаются от сопроводительных документов и т.п. [5, с. 59].

Наличие проблем, указанных выше, а также многих других, говорит о том, что учёт расчётов с поставщиками и подрядчиками является актуальным объектом для проведения аудиторских проверок.

В первую очередь аудитору необходимо установить цель проведения аудиторской проверки, разработать стратегию и план работы [8, с. 91].

В связи с тем, что целью любой аудиторской проверки является подтверждение достоверности учётных данных, то для её достижения

необходимо выявить вероятность появления существенных искажений и определить будет аудит учёта расчётов с поставщиками и подрядчиками подвергаться сплошной или выборочной проверке?

Оптимальным решением данного вопроса станет проведение опроса руководящего состава и работников организации. Это позволяет выявить наиболее уязвимые места в системе учёта и определить дальнейшее направление проверки. Для этого аудитору необходимо грамотно составить опросник, итоги которого в дальнейшем принимаются во внимание при составлении программы проверки и выборе процедур сбора аудиторских доказательств.

Вместе с тем, аудит учёта расчётов с поставщиками и подрядчиками целесообразно проводить поэтапно.

На первом этапе проводится аудит договоров купли-продажи в отношении:

- их наличия и правильность оформления;
- выполнение договоров;
- соблюдения условий по ценам, тарифам, срокам поставки, количеству и качеству товара [2, с. 217].

Таблица №1 – Опросник аудитора.

| Вопрос | Варианты ответа | |
|--|-----------------|-----|
| | Да | Нет |
| Утверждена ли на предприятии учетная политика? | + | |
| Ведется ли отдельно автоматизировано учёт участка «Расчёты с поставщиками и подрядчиками»? | | + |
| Учёт ведётся в соответствии с Положениями об учётной политике? | + | |
| Имеются ли должностные инструкции для работников? | + | |
| Имеется ли график документооборота и соблюдаются ли сроки предоставления первичных документов в бухгалтерию? | + | |
| Существует ли на предприятии отдел внутреннего аудита? | | + |
| Выписывает ли организация специальные периодические издания («Главный бухгалтер», «Налоги и право»)? | | + |

На втором этапе аудиту подвергается документы, отражающие поступление товаров (услуг) на предмет:

- правильности их оформления;
- соответствие данных первичных документов регистрам синтетического и аналитического учёта;

– анализ выдачи, регистрации и учёта доверенностей.

На третьем этапе проводится аудит отражения в учёте расчетов с поставщиками и подрядчиками:

– проверка полноты и правильности отражения операций на счетах бухгалтерского учёта;

– проверка правильности и полноты отражения задолженности по расчётам с поставщиками и подрядчиками в финансовой отчетности [4, с. 77].

Особое внимание хотелось бы уделить этапу аудита бухгалтерского учёта. Это наиболее важный этап проверки, поскольку своевременное отражение документов поставщиков, а также движение материальных ценностей от поставщиков и подрядчиков дают возможность полного ведения и контроля взаиморасчётов с данными контрагентами.

Для операций, связанных с приобретением работ, услуг, материальных ценностей и т.п. служит счёт 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» [6, с. 7]. В ходе проверки аудиторы необходимо удостовериться в правильности сопоставлений дебиторской и кредиторской задолженности на счетах бухгалтерского учёта.

Кроме того, необходимо убедиться, что в системе бухгалтерского учёта хозяйственная часть отражена достоверно [3, с. 166].

Ключевая роль бухгалтерского учёта расчетов с поставщиками и подрядчиками заключается в налаживании системы своевременного информирования управленцев о моменте наступления исполнения обязательств, как со стороны контрагентов, так и со стороны самого предприятия с целью принятия решений и оперативных мер [7, с. 34].

Подводя итоги хочется отметить, что доказательство полноты, достоверности и своевременности информации о расчётах с поставщиками и подрядчиками, указывают качество внутреннего контроля по учёту расчётов с поставщиками и подрядчиками в организации. При этом, основными нормативными актами, которые используются для проверки, являются Налоговый кодекс Российской Федерации, Гражданский кодекс Российской Федерации, а также законодательные акты, регулирующие порядок расчётов с поставщиками и подрядчиками [1, с. 286].

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации Ч.1 [Электронный ресурс]: федер. закон от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 17.02.2021). <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 18.04.2021);

2. Налоговый кодекс Российской Федерации Ч.2 [Электронный ресурс]: федер. закон от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 20.04.2021). <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 20.04.2021);

3. Гражданский кодекс Российской Федерации Ч.2 [Электронный ресурс]: федер. закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 09.03.2021). <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 18.04.2021);

4. «Об аудиторской деятельности» [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.12.2008 №307-ФЗ (ред. от 09.03.2021). <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 17.04.2021);

5. «О бухгалтерском учете» [Электронный ресурс]: федер. Закон от 06.12.2011 №402-ФЗ (ред. от 26.07.2019). <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 20.04.2021);

6. Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению [Электронный ресурс]: приказ Минфина РФ от 31.10.2000 №94н (ред. от 08.11.2010). <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 18.04.2021);

7. Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ [Электронный ресурс]: приказ Минфина РФ от 29.07.1998 № 34н (ред. от 11.04.2018). <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 17.04.2021);

8. Арабян К.К. Организация и проведение аудиторской проверки. М.: Юнити-Дана, 2020, 315 с.;

9. Арзуманова Л.Л. Правовое регулирование аудиторской деятельности в Российской Федерации. М.: Проспект, 2019, 194 с.

Демченко Д., Денисова Е., Сенькина Д.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Губернаторова Н.Н

Калужский Филиал РАНХиГС

ПРОФЕССИИ БУДУЩЕГО

Мир стремительно меняется и вместе с ним меняется рынок труда и востребованные профессии. Новые технологии и разработки постепенно делают ненужными многих специалистов. И если вы только определяетесь с будущей профессией, рекомендуем изучить эту статью в деталях. Она написана исходя из мнений лучших специалистов по трудоустройству.

Востребованные профессии ближайшего будущего моделируют методом форсайта компетенций. Эксперты разных направлений совместно обсуждают тренды, новые технологии и инструменты. По

итогах создается прогноз, когда в каждой из областей нужны будут новые профессионалы. Корпорации создают отделы по переквалификации сотрудников, выращивают собственных специалистов. Если компании не способны самостоятельно обучить кадры, то в первые 5 лет после выхода на рынок очередных технологий они готовы платить завышенную зарплату. Прогнозы не всегда сбываются, а разные специалисты могут отстаивать противоположные мнения. Так происходит из-за самого механизма возникновения профессий – причиной являются технологии и инструменты еще не известные общественности.

Конечно, главным источником перемен станет растущая автоматизация и роботизация уже существующих профессий. Там, где раньше нужен был человек, будет стоять компьютеризированное устройство. И вместе с тем, в 2021-2025 годах, мир ожидает появления новых профессий, подходящих людям, в тех областях, где искусственный интеллект еще не будет справляться:

1) в области медицины :

- эксперт по индивидуальной фармакологии;
- персональный менеджер по микробиому человека. Узкий специалист, занимающийся только микробиому;
- разработчик киберпротезов и имплантов. Роботостроение позволяет выпускать все более и более совершенные протезы и импланты, которые смогут полностью заменить руки, ноги или другие части тела и органы на современные протезы и импланты;
- специалист по имплантам мозга. Узкий специалист, выстраивающий контакт между мозгом и техникой;
- создатель частей тела и органов;
- инженер-генетик;
- специалист по биохакингу и программируемому здоровью. Эти специалисты позволят вовремя замечать проблемы в телах людей и подбирать для них оптимальные методы лечения;
- оператор медицинских роботов. Специалисты, которые управляют роботами-хирургами и другими медицинскими органами;
- онлайн-терапевт. Это тот же самый специалист, к которому можно прийти в на прием в поликлинику, только в данном случае, консультирование и лечение будет происходить по средствам видеосвязи.

2) в области сельского хозяйства:

1. агрокибернетик. Управляющий системой роботов, используемых в сельском хозяйстве;
2. инженер по 3D-печати продуктов питания;

3. оператор автоматизированной сельхозтехники. Сможет управлять ей удаленно, и за счет этого оперативнее выполнять все виды сельскохозяйственных работ;

4. сити-фермер. Профессионал по внедрению растений в городское пространство;

5. специалист по искусственному выращиванию мяса. Мясо будет выращиваться в специальных лабораториях. Разведение животных на убой будет сильно сокращаться.

3) в IT-секторе:

1. разработчик интернета вещей. Как правило, это инженеры, способные любой предмет сделать умным и подключить его к интернету вещей;

2. специалист в сфере квантовых вычислений;

3. квантовый криптолог. Будут востребованы в сфере информационной безопасности;

4. проектировщик нейроинтерфейсов;

5. инженер по оцифровке и хранению памяти;

6. создатель цифровых двойников;

7. специалист по ИТ- и ИИ-этике. Искусственный интеллект не должен причинять вред человеку. Этические нормы должны быть заложены в каждое устройство.

4) в области финансы и бизнес:

1. активатор корпоративной конкурентной среды;

2. консультант по цифровой трансформации компаний. Отдельные специалисты уже работают в этой нише;

3. операционист криптовалютного банка. Если криптовалюта займет полноценное место в цепочках расчетов, то появятся и полноценные криптовалютные банки;

4. оценщик интеллектуальной собственности. Уже сейчас интеллектуальная собственность подлежит оценке (например, бренды, программное обеспечение);

5. тайм-брокер;

6. эксперт по блокчейн-развитию бизнеса.

5) в образовательный секторе:

1. автор образовательных курсов на базе ИИ. Обучение будет становиться всё более персональным, появятся индивидуальные учебники для лучшего освоения материала;

2. интегратор междисциплинарных знаний;

3. эксперт по «образу будущего» ребенка. Профорентация 21 века. На основании данных и предпочтений ребенка можно составить его личную программу роста;

4. персональный гид по образованию и карьерному росту. Уже сейчас есть коучи, которые предоставляют подобные услуги;

5. программист бот-учителей. Первые успехи на этом поприще уже появляются;

6. тренер по майнд-фитнесу. В США это уже стало целой индустрией. У нас – только зарождается;

7. эксперт по поиску и развитию талантов;

б) в социальном секторе:

1. психолог по адаптации к новой реальности;

2. сетевой юрист. Ведет дела, связанные с интернетом;

3. цифровой лингвист-переводчик. Переводы с языка машин на человеческий и обратно;

4. эксперт по взаимодействию людей и машин;

5. менеджер по отсроченной старости. Продолжительность жизни растёт с каждым годом, включая уровень здоровья пенсионеров. Отсюда появляется запрос на 10-20 лет дополнительной интересной жизни на пенсии.

Многие компании начинают активно использовать удаленных сотрудников. Они могут состоять в штате, а могут быть полностью независимыми фрилансерами. Больше половины всей работы можно

Таблица – Профессии будущего и прошлого

| Будут востребованы до 2021 года | Будут востребованы после 2021 года | Устареют до 2020 года | Устареют после 2020 года |
|--|--|-----------------------|----------------------------|
| Генетический консультант | Специалист по киберпротезированию | Лектор | Юрисконсультант |
| Проектировщик инфраструктуры «умного дома» | Разработчик образовательных траекторий | Оператор call-центра | Инспектор ДПС |
| Оценщик интеллектуальной собственности | Специалист по безопасности в nanoиндустрии | Турагент | Сиситемный администратор |
| Экопроповедник | Дизайнер носимых энергоустройств | Копирайтер | Риелтор |
| Корпоративный антрополог | Эксперт по «образу будущего ребенка» | Испытатель техники | Машинист товарных составов |

выполнить, находясь в любой точке земного шара, не находясь в офисе. Видеосвязь и видеоконференции – удобная форма коммуникации. Особенно это касается самой IT-отрасли, и профессий, связанных с интернетом, а также всевозможной аналитики,

бухгалтерского учета, финансов и продаж. Сами переговоры постепенно уходят от личных встреч в сторону видеозвонков.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что востребованность мира на определенные профессии находятся в постоянном изменении и зависят от многих факторов, которые имеют как международный, так и внутренний характер.

Список литературы

1. Атлас новых профессий. – М.: Интеллектуальная Литература, 2020.
2. О'Бриэн, Д. Как устроен космос: ты и Вселенная. – М.: Издательство АСТ, 2019.
3. Гольдман, Б. Все, что нужно знать о будущем. – М.: Клевер-Медиа-Групп, 2019. С.64-68.
4. Мартинш, И.М. Что там внутри? Путеводитель по нашему мозгу: [для среднего и старшего возраста]. – М.: Самокат, 2020.
5. По, Ж.-О. Все, что надо знать о работе. – М.: Клевер-Медиа-Групп, 2019. С.22-25.
6. Серова, М.С.; Мордякова, Э. Путешествие в мир алмазов. – М.: Манн, Иванов и Фабер, 2020.

Донченко Т.Г.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефедова С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАКИ ВЕДЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Цифровые технологии – это неминуемое будущее, которое затронет абсолютно все области жизни человека и общества в целом, и не оспорим тот факт, что их главной целью является максимальное упрощение и автоматизирование как кропотливой, так и тяжелой работы в особенности. Поэтому не удивительно, что одна из главных трудоемких профессий, которая связана с ведением хозяйственного учета организации, едва ли не первая попала под «удар» внедрения в ее деятельность цифровых программ в виде системы электронной отчетности.

В России эта система появилась в 2013 году в качестве обязательной для всех плательщиков сдачи налога на добавленную стоимость в электронном виде. И если до недавнего времени электронная отчетность носила не серьезный характер, то есть организациям давалось время, чтобы взвесить все «за» и «против» перед ее использованием, то начиная уже с 1 января 2021 года все организация без исключения должны сдавать бухгалтерскую

отчетность в электронном виде [2]. Поэтому в рамках этого обстоятельства было уместно выяснить основные преимущества и недостатки ведения электронной отчетности.

И первым неоспоримым преимуществом следует назвать ускоренную сдачу отчетности, которая достигается благодаря отказу от потребности в личном посещении налоговой службы или других служб для сдачи документов, которые, в свою очередь, отнимают не мало времени при переносе их на бумажный носитель. Другими словами, можно отчитаться по всем необходимым документам, выходя из офиса. К тому же время передачи отчетности в налоговую также увеличивается: теперь ее можно отправить до 23:59 крайнего дня сдачи [2].

Более того, программа, по которой осуществляется составление электронной отчетности, позволяет не только повысить грамотность оформления документа, но и в случае каких-либо изменений в оформлении она либо обновится по умолчанию, либо оповестить о нововведении. Также она предусматривает хранение всех отправленных отчетов на защищенных сервисах, которые можно скачать на компьютер и работать с ними в режим «офлайн» [1].

Но несмотря на всеобщий характер сдачи отчетности в электронном виде, программное обеспечение остается платным, что, на первый взгляд, будет являться дополнительными затратами для организации. Однако, рассматривая эту ситуацию с другой стороны, то можно обратить внимание, что при старом формате сдачи отчетности не меньше средств уходило на покупку бумаги, техническое обслуживание принтера и т.д. К тому же лицензирование использование программы можно приобрести от 300 рублей в месяц.

При всем этом, пожалуй, самым главным недостатком ведения электронной отчетности является проведение операции по ее сдаче через интернет. Как бы быстр и надежен не был интернет, неполадки все равно происходят как в виде сбоя системы, так и из-за отключения света, если используется Wi-Fi.

Таким образом, ведение электронной отчетности, несомненно, можно назвать удобным, быстрым и надежным. Конечно, в мире не существует ничего совершенного, однако те недостатки применения такого вида отчетности, которые были упомянуты в работе, не являются столь критическими и постоянными.

Список литературы

1. Лопастейская Л.Г., Рыбалкина Ю.А. Электронная сдача отчетности – преимущества и недостатки [Электронный ресурс] //

Экономические науки. 2019. №21. <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 18.05.2021)

2. Плюсы и минусы электронной отчетности [Электронный ресурс]: <https://taxcom.su/plysu-i-minysu-elektronnoy-otchetnosti.html>

3. Четыре совета бизнесу, как сэкономить на электронной отчетности в 2021 году [Электронный ресурс]: <https://www.buhgalteria.ru/article/chetyre-soveta-biznesu-kak-sekonomit-na-elektronnoy-otchetnosti-v-2021-godu>

Дубинина Т.О.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефедова С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ИЗМЕНЕНИЕ ПОРЯДКА ПРИЁМА НА РАБОТУ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН В 2021 ГОДУ

Вопрос приёма иностранных граждан на работу в Р.Ф. является очень деликатным и на это есть свои причины. Иностранные работники разделяются по разным группам и всё зависит от их статуса. В каждом случае есть как свои плюсы, так и свои минусы, также и тут работодатель имеет определенный ряд рисков. Данная тема является очень актуальной, так как за последние несколько лет число иностранных граждан, прибывших в Россию на постоянную работу и подработку, существенно выросло. В связи с этим процесс трудовых отношений с иностранными гражданами находится под усиленным контролем государственных структур.

Начиная говорить о трудоустройстве иностранных граждан в России, необходимо предоставить несколько нормативных актов, которые объединяют правовое поле трудоустройства и иностранцев. К таким нормативным актам относятся:

1. ТК РФ глава 50.1. Статьи 327.1–327.7[1].
2. Закон №109-ФЗ от 18.07.2006 определяет правила миграционного учета иностранных граждан и лиц без гражданства [2].
3. Закон №115-ФЗ от 25.07.2002 устанавливает правовые нормы пребывания иностранцев в РФ, в том числе, регламентирует трудовую деятельность (статья 13) [3].
4. Статьи 18.15–18.19 КоАП устанавливают административную ответственность за нарушение правил приема на работу иностранных граждан и установленных законом ограничений по их трудоустройству [4].

В приёме иностранных граждан на работу важно знать, что каждый иностранный работник должен самостоятельно получать патент или разрешение, но большая часть обязанностей по

оформлению документов возлагается на работодателя. Рассматривая эту систему пошагово, можно выделить несколько пунктов:

1. Целью приезда иностранцев в Российскую Федерацию является проживание и трудоустройство. Для этого необходимо оформить

разрешение на временное проживание (РВП). Существует также случаи, в которых допускается получение ВНЖ, минуя РВП, а также упрощенное оформление гражданства.

2. Следующим действием будет идти оформление разрешения: оно действует до окончания срока действия визы. В случае же, когда гражданин въехал в Р.Ф. в безвизовом порядке, то ему необходимо приобрести патент сроком до 1 года.

3. Иностранец ведёт поиск работы и, найдя подходящую работу, подготавливает, подает документы работодателю. Важно знать, что если работодатель примет иностранного работника без визы или патента, то он будет привлечён к административной ответственности и будет обязан выплатить штрафы.

4. Ведётся процедура оформления трудового договора, но перед этим работодателю необходимо ознакомить нового сотрудника с должностными обязанностями и локальными актами.

5. После заключения ТД оформляется приказ о приеме на работу. В документе указываются данные работника, начало трудовой деятельности в компании и его должность. С приказом иностранец должен быть ознакомлен под роспись.

6. Уведомление УВМ МВД о приеме на работу иностранного гражданина. Оповестить миграционный орган нужно в течение трех дней после трудоустройства такого работника [5].

С 2021 года при приёме на работу иностранцев работодатель должен учитывать новые изменения. Одним из таких изменений является то, что министерство внутренних дел Р.Ф. регламентировало новые бланки уведомления о заключении трудового договора с иностранным гражданином в 2021 году. Предоставлены новые формы отдельным Приказом МВД России от 30.07.2020 №536. Отчитываться на устаревших бланках недопустимо. Такая отчетность не будет принята главным управлением по вопросам миграции МВР РФ. Приказом МВД РФ № 536 были изменены как формы уведомления о заключении трудового договора с иностранцем, так и порядок предоставления информации о трудоустройстве мигрантов в Российской Федерации. Приказом МВД от 30.07.2020г. № 536 обновлены следующие уведомления:

1. О заключении трудового договора с мигрантом;

2. Об исполнении работодателем обязательств по выплате заработной платы высококвалифицированному специалисту;
3. О прекращении трудового договора;
4. О трудоустройстве мигранта специализированной организацией. Утверждающий приказ опубликован 19.10.2020г., новые бланки применяются с 1 января 2021 года;
5. О заключении трудового договора с мигрантом [6].

Среди новых изменений был представлен появившийся порядок постановки мигрантов на учет МВД. Работодатели обязаны ставить иностранца на миграционный учет, если он проживает на территории работодателя. Ему могут выделить жилое или нежилое помещение, в том числе временное, например, строительный вагончик. Также любой иностранный гражданин, у которого есть в собственности жилье в России, может выступить принимающей стороной. Иными словами, получил возможность ставить на учет гостей-иностранцев в своей квартире. Предположим ситуацию, что иностранец живет в чужой квартире, а собственник находится за рубежом. В таком случае иностранец может заручиться нотариально заверенным согласием собственника на проживание в его квартире, после чего встать на учет самостоятельно (новая часть 3.2 ст. 22 Закона № 109-ФЗ).

Среди штрафования были добавлены новые изменения, связанные с отсутствием иммиграционного учета. Новым изменением 2021 года стало то, что теперь штрафы за отсутствие иммиграционного учета будут как для работодателя, так и для иностранного гражданина. Дело в том, что норму, которая освобождала иностранных граждан от ответственности за отсутствие постановки на учет по месту пребывания, исключили из статьи 24 Закона № 109-ФЗ. За нарушение порядка миграционного учета иностранный гражданин заплатит штраф от 2 000 до 5 000 рублей с административным выдворением за пределы РФ или без такого.

Подводя итоги, нужно сказать, что вопрос приема иностранных граждан на работу является одним из часто рассматриваемых в экономической сфере. Для поддержания порядка и урегулирования иммиграционных моментов необходимо четко следовать предоставленным изменениям и порядку оформления иностранцев в РФ.

Список литературы

1. "Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 30.04.2021) [Электронный ресурс] сайт:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/d19bd5b2768f6a2a6909730dd0bdb4fda91c42a4/#:~:text=ТК%20РФ%20Глава%2050.1.%20ОСОБЕННОСТИ,законом%20от%2001.12.2014%20N%20409-ФЗ
(дата обращения: 17.05.2021)

2. Федеральный закон "О миграционном учете иностранных граждан и лиц без гражданства в Российской Федерации" от 18.07.2006 N 109-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] сайт:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61569/(дата обращения: 17.05.2021)

3. Федеральный закон "О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации" от 25.07.2002 N 115-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] сайт:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37868/ (дата обращения: 17.05.2021)

4. КоАП РФ Статья 18.15. Незаконное привлечение к трудовой деятельности в Российской Федерации иностранного гражданина или лица без гражданства [Электронный ресурс] сайт:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/2246cf8e941435d58500dbd0d9425bf816dd957b/ (дата обращения: 17.05.2021)

5. Трудоустройство иностранных граждан в 2021 году [Электронный ресурс] сайт:<http://lawyers-law.ru/rabota/8904-trudoustroystvo-inostrannykh-grazhdan-v-2021-godu.html>(дата обращения: 17.05.2021)

6. Прием на работу иностранных граждан — что надо учесть в 2021 году [Электронный ресурс] сайт:<https://profkadrovik.ru/articles/inostrancy/priem-na-rabotu-inostrannyh-grazhdan-2021/>(дата обращения: 17.05.2021)

Евсеева В. А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефёдова С.В.

Тульский филиал Финуниверситета
**ПРИНЦИПЫ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И
СОСТАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ
ОРГАНИЗАЦИЯМИ**

Правильно организованная рациональная система бухгалтерского учета способствует эффективному использованию всех ресурсов, улучшает отражение и анализ финансового и имущественного состояния организаций, предприятий различных форм собственности.

Бухгалтерский учет является точной наукой, поэтому для того, чтобы обеспечить достоверную информацию, характеризующую хозяйственную деятельность предприятий и контролировать движение

денежных средств, необходимо придерживаться основных принципов бухгалтерского учета, которые предусматривают порядок учета данных по всем хозяйственным операциям.

Принцип - это исходное базовое положение бухгалтерского учета как науки, определяющее все последующие утверждения, вытекающие из него. Принципы бухгалтерского учета являются основой для разработки правил бухгалтерского учета и отчетности, которые закреплены в нормах нормативных актов, регулирующих бухгалтерский учет. На основе базовых принципов разрабатывается учетная политика организации, формируется финансовая отчетность [2].

Хотя бухгалтерский учет имеет свои специфические особенности на каждом предприятии, основным ядром бухгалтерского учета являются общие принципы, лежащие в основе бухгалтерского учета в Российской Федерации. Рассмотрим подробно применение принципов бухгалтерского учета.

Принцип непрерывности и полноты бухгалтерского учета заключается в требовании, чтобы бухгалтерская информация не содержала пропусков и отражала все реалии хозяйственной деятельности. В противном случае такая информация может привести к неверному управленческому решению и нанести финансовый ущерб организации. В соответствии с этим принципом организация обязана вести непрерывный учет с момента ее регистрации в качестве юридического лица до реорганизации или ликвидации в порядке, установленном законодательством Российской Федерации [1 с.15].

Суть принципа своевременного отражения хозяйственных операций в бухгалтерском учете заключается в том, что своевременное раскрытие фактов хозяйственной деятельности в бухгалтерском учете и отчетности обеспечивается первичной регистрацией и регистрацией фактов хозяйственной деятельности непосредственно после их осуществления, без задержек.

Принцип специфичности собственности обеспечивается, прежде всего, соблюдением правил внутреннего контроля и определяет правовую самостоятельность организации по отношению к ее учредителям(собственникам). Активы и обязательства организации существуют отдельно от активов и обязательств собственников (владельцев) организации и активов и обязательств других организаций.

Принцип отражения фактических активов и обязательств состоит в том, что соответствие счетов фактическому наличию активов и

обязательств достигается путем проведения плановой инвентаризации материальных ценностей.

Принцип последовательности в применении учетной политики необходим для обеспечения соотнесенности и сопоставимости финансовой отчетности с остатками на конец отчетного периода, для того, чтобы произвести перерасчет первоначальных остатков на начало отчетного года.

В принципе непрерывности деятельности организации предполагается, что организация будет продолжать свою деятельность по крайней мере до тех пор, пока не выполнит свои обязательства, в том числе долгосрочные. Но если организация становится неплатежеспособной, ликвидирует или сокращает свою деятельность, бухгалтер должен оценить активы организации по их ликвидационной стоимости, которая, естественно, меньше балансовой. Обязательства, которые в этом случае станут краткосрочными, будут погашаться в установленном порядке.

Принцип предосторожности или благоразумия подразумевает готовность признавать в бухгалтерском учете больше расходов и обязательств, чем возможных доходов и активов. При учете запасов и отражении их в бухгалтерской и финансовой отчетности организация должна учитывать определенные риски. Например, материальные ценности могут испортиться, устареть, и их цена снизится. Поэтому необходимо создать специальный резерв для покрытия убытков [4, с.15].

Принцип правильной оценки активов и обязательств заключается в том, что своевременная и правильная оценка отдельных активов и обязательств обеспечивается при учете этих активов и обязательств. При этом организация должна руководствоваться действующими нормативными документами.

Принцип приоритета содержания над формой подразумевает, что все реалии хозяйственной деятельности должны отражаться в бухгалтерском учете, исходя не только из их организационно-правовой формы, но и из их экономического фактора и условий ведения бизнеса. Довольно часто возникает ситуация, когда экономические и правовые характеристики реальных хозяйственной жизни противоречат друг другу. Цель этого принципа – показать в финансовой отчетности истинную картину экономического положения предприятия. Этот принцип труднее всего применять на практике. Попытки соблюдать его иногда приводят к конфликту между бухгалтером и руководителем предприятия. Поэтому этот принцип не прижился в российской практике [3, с. 93].

В заключение следует отметить, что только при соблюдении всех принципов бухгалтерского учета и финансовой отчетности, как того требуют нормативные и законодательные акты, создаваемая отчетность будет точной, а это означает, что при общении с контролирующими органами не будет разногласий и отрицательных моментов, в основе деятельности которых лежит проверка бухгалтерской или финансовой отчетности.

Список литературы

1. Бэтс Г., Брайндли Б., Уильямс С. Бизнес. Толковый словарь. М.: ИНФРА-М, 1998. [Электронный ресурс] <http://economics.niv.ru/doc/dictionary/business-terms/fc/slovar-207-12.htm#zag-15059> (дата обращения 20.04.2021)
2. Костюкова Е. И., Ельчанинова О.В., Тунин С.А., Манжосова И.Б. Бухгалтерский учет и анализ [Электронный ресурс]: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2017. 416 с. <https://www.book.ru/view5/b3571289e78f1dbb6b18001f979d6373> (дата обращения 20.04.2021)
3. Поленова С.Н. Теория бухгалтерского учета: учебник. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К*», 2018. 464 с.
4. Шевелев А.Е., Шевелева Е.В., Шевелева Е.А., Зайончик Л.Л. Бухгалтерский учет и анализ [Электронный ресурс]: учебник. М.: КНОРУС, 2021. 474 с. <https://www.book.ru/book/936643> (дата обращения 20.04.2021)

Евстегнеева Е. А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефедова С. В.

Тулский филиал Финуниверситета

КЛАССИФИКАЦИЯ И УЧЕТ ИЗДЕРЖЕК ОБРАЩЕНИЯ

Применение классификации затрат по видам бизнес-процессов позволит повысить объективность формирования затрат по процессам обращения и контроля за движением материальных и финансовых ресурсов внутри организации. Исходя из этого, затраты на оборот можно разделить на затраты, связанные с реализацией основных вспомогательных бизнес-процессов, и затраты, связанные с процессами управления [3]. Среди существующих методов расчета стоимости обращения потребность в информационно-аналитическом обеспечении процессно-ориентированного подхода наиболее удовлетворяется методом ABC (activity-based costing). Указанная классификация затрат на обращение и метод их учета отличаются от общепринятой системы финансового учета, поэтому для целей управленческого учета необходимо разработать систему счетов,

отражающую особенности процессно-ориентированного учета затрат на обращение и их распределения методом ABC. Для целей учета управленческих затрат в производственные организации в плане счетов бухгалтерского учета предоставляют свободные позиции в части III "Затраты на производство" - счета 30-39. Согласно инструкции по использованию плана бухгалтерского учета, счета в данном разделе предназначены для обобщения информации о расходах по текущей деятельности Организации [1]. Основная деятельность торговых организаций направлена на доставку товаров от производителя к потребителю, поэтому счета 30-39 также могут использоваться для управленческого учета затрат, связанных с оборотом товаров. В то же время рекомендуется не использовать учетную запись 44 "Расходы на продажу". При таком подходе необходимо обеспечить единые методы оценки объектов бухгалтерского учета в управленческом и финансовом учете. Для учета затрат по каждому бизнес-процессу предлагается открыть соответствующие отдельные счета: 30 "затраты на основные процессы", 31 "затраты на вспомогательные процессы", 32 "затраты на процессы управления". К выделенным счетам необходимо организовать аналитический учет затрат, что возможно при использовании следующей системы субсчетов различных заказов: – субсчета 1-го порядка направления осуществления затрат в рамках бизнес-процессов; – субсчета 2-го порядка центры ответственности, на которые возложена ответственность за контроль произведенных затрат; – субсчета 3-го порядка места возникновения затрат; – субсчета 4-го порядка виды деятельности, выделенные в рамках бизнес-процессов, которые привели к возникновению затрат; – субсчета 5-го порядка функции, выделенные в рамках видов деятельности, которые привели к возникновению затрат; – субсчета 6-го порядка операции, выделенные в рамках функций, которые привели к возникновению затрат; – субсчета 7-го порядка элементы затрат [4]. Вышеуказанные учетные счета характеризуются как активные счета, которые не связаны с капиталом. Дебет этих счетов собирает информацию о прямых и косвенных затратах, понесенных в связи с процессами, функциями, операциями в соответствии со счетами учета активов, расчетами в зависимости от источника затрат: 10 «Материалы», 02 «Амортизация основных средств», 05 «Амортизация нематериальных активов», 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению», 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда», 71 «Расчеты с подотчетными лицами», 76 «Расчеты с разными

дебиторами и кредиторами», 96 «Резервы предстоящих расходов», 97 «Расходы будущих периодов». Таким образом, на предложенных счетах собирается информация о затратах по выделенным процессам, функциям и операциям, которые подлежат распределению на объекты калькулирования ABC-методом. Часть затрат по операциям обеспечивающих бизнес-процессов может подлежать отнесению на основные операции. В таком случае формируется бухгалтерская запись: Дебет 30 «Затраты по основным процессам» Кредит 31 «Затраты по обеспечивающим процессам» В тоже время отнесение стоимости управленческих операций на основные или обеспечивающие представляется довольно затруднительным, и в целях упрощения методики распределения затрат функциональным способом рекомендуется списывать ее в полном объеме на расходы отчетного периода: Дебет 90 «Продажи» субсчет «Себестоимость продаж». Кредит 32 «Затраты по процессам управления» Для накопления затрат, распределенных на конечные объекты калькулирования целесообразно открыть активный счет 33 «Затраты в разрезе объектов калькулирования», по дебету которого будет отражаться информация о стоимости основных и обеспечивающих операций, разнесенная на выбранные объекты калькулирования, тем самым сформировав бухгалтерские записи: Дебет 33 «Затраты в разрезе объектов калькулирования» Кредит 30 «Затраты по основным процессам» Дебет 33 «Затраты в разрезе объектов калькулирования» Кредит 31 «Затраты по обеспечивающим процессам» В целях сближения данных, при использовании ABC-метода в рамках управленческого учета затрат по процессам, с данными, формируемыми в торговом учете, необходимо к счету 33 «Затраты в разрезе объектов калькулирования» открыть аналитику, аналогичную к счету 41 «Товары» и счету 90 «Продажи» субсчет «Выручка». При этом регистры аналитического учета в розничной торговле должны составляться в разрезе номенклатуры товаров, реализуемых по номенклатурным группам или по более распространенным товарным группам, отвечающим целям ассортиментной политики организации. Такая интеграция аналитических регистров позволяет генерировать информацию, полезную для совершенствования стратегии продаж, на основе анализа прибыльности различных товарных групп. Ученные затраты на счете 33 «Затраты в разрезе объектов калькулирования» по окончании отчетного периода подлежат списанию в дебет счета 90 «Продажи» субсчет «Себестоимость продаж»: Дебет 90 «Продажи» субсчет «Себестоимость продаж» Кредит 33 «Затраты в разрезе объектов калькулирования». При списании расходов по обороту

расходов за отчетный период возникает вопрос, нужно ли их делить между остатками и частью реализованных товаров. Организациям, чья хозяйственная деятельность характеризуется низким уровнем товарооборота и, как следствие, значительными товарными остатками, целесообразно разделить затраты между остатком товаров на конец отчетного периода и реализованными товарами, а также списать стоимость реализованных товаров. Тогда счет 33 «Затраты в разрезе объектов калькулирования» будет иметь дебетовое сальдо. Фактически это означает, что организация торговли использует одну из форм капитализации расходов, то есть внесение их в актив, и как следствие их трактовка не как понесенных, а фактически будущих расходов. Выбор метода распределения издержек обращения устанавливается организацией и закрепляется в ее учетной политике. Если наблюдаются низкие показатели товарных остатков и высокий уровень товарооборачиваемости, косвенные затраты в полном объеме могут быть отнесены на расходы. Таким образом, себестоимость проданных товаров будет складываться из их покупной стоимости, учтенной на счете 41 «Товары» в соответствии с нормами ПБУ 05/01 «Учет материально-производственных запасов», и суммы косвенных расходов, распределенных АВС-методом. Сопоставление оборотов по счету 90 «Продажи» позволяет выявить финансовый результат от продаж в разрезе выбранных объектов учета и калькулирования (номенклатуры товаров, группы товаров). Предложенный подход к построению системы организации управленческого учета издержек обращения обусловлен меньшими затратами на ее создание и поддержку. Предлагаемая к использованию система счетов учета затрат по основным, обеспечивающим и управленческим бизнес-процессам позволит:

- организовать обособленный учет затрат на выделенных счетах по процессам;

- учитывать затраты в разрезе бизнес-процессов в синтетическом учете и дополнительно в разрезе видов деятельности, функций, операций, центров ответственности, мест возникновения затрат с помощью аналитического учета и т. д.

- аккумулировать затраты в разрезе объектов калькулирования.

Список литературы

1. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности предприятий и Инструкция по его применению: приказ Минфина РФ от 31.10.00 г. № 94н: (в ред. От 08.11.10 г.) // СПС КонсультантПлюс. — Москва, 2020.

2.Багаев, И. В. Методологические и учетные аспекты распределения косвенных расходов торговой организации ABC-методом / И. В. Багаев // Экономический анализ: теория и практика. — 2016. — № 21. — С. 47–58.

3.Торопов, В. В. К вопросу классификации издержек обращения / В. В. Торопов // Вестник белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2015. — № 4. — С. 291–295. Федорова, И. Ю. Разработка системы счетов для учета затрат по бизнес-процессам / И. Ю. Федорова // Вестник НГУЭУ. — 2018. — № 2. — С. 237–248.

Ежикова Ю. С., Базаева И. Н.

Научн. рук.: канд. экон. наук., доц. Нефедова С. В.

Тульский филиал Финуниверситета

ТЕХНОЛОГИЯ БЛОКЧЕЙН КАК ИНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОГО ФИНАНСОВОГО УЧЁТА

С приходом информационной революции в мире активно начала развиваться цифровизация, охватывая все сферы общественной жизни. На данный момент цифровые технологии являются не только инструментами для автоматизации процессов, но и определяют научно-технический потенциал и стимулируют экономический рост страны, буквально становясь неотъемлемым элементом производственных процессов. Бухгалтерская деятельность и финансовый учет не являются исключением. Поскольку при ведении учета хозяйствующих предприятий в бухгалтерском учете, а также в аудите, приходится сталкиваться с большим количеством данных, эффективность работы этих сфер напрямую зависит от технологий и инновационных цифровых механизмов и инструментов, способных структурировать и хранить большой поток информации, а также оптимизировать скорость её обработки.

Наиболее актуальным механизмом цифровизации в финансовом учете является технология «блокчейн». «Блокчейн является распределенной и децентрализованной базой данных сформированной участниками, в которой невозможно фальсифицировать данные из за хронологической записи и публичного подтверждения всеми участниками сети транзакции. Основной и главной особенностью блокчейна является использование алгоритмов математического вычисления, и исключение «человека» и человеческого фактора при принятии решения системой.»

В таблице №1 рассмотрены основные принципы системы «блокчейн» (5).

Таблица 1, Блокчейн, принципы работы цифрового механизма.

| Принцип работы | Описание | Решаемая проблема |
|--|---|---|
| Отсутствие посредников | Вместо использования при проведении транзакций сторонних организаций блокчейн использует специальный протокол консенсуса, а также различные алгоритмы | Увеличение скорости транзакций и частоты обмена информацией |
| Новая аналитика данных с высокой степенью конфиденциальности и защиты данных | Технология блокчейн позволяет контрагентам обмениваться информацией по сделке и всеми необходимыми данными автоматически | Позволяет избежать возможных ошибок, а также намеренного мошенничества с одной из сторон |
| Борьба с хакерством | Децентрализация и распределение данных по цепочке блокчейн а также дополнительные степени защиты при помощи криптографического шифрования | Повышает уровень защиты транзакций, делает финансовую систему менее уязвимой |
| Платежные системы с цифровой валютой | Блокчейн позволяет более эффективно ввести в оборот цифровую валюту, подкрепленную фатными денежными средствами | Позволяет упростить взаиморасчеты центральных банков и улучшить трансграничное взаимодействие |

Ключевыми преимуществами технологии блокчейн в финансовой отрасли являются (2):

1) Прозрачность в отслеживании осуществляемых операций. Пользователи имеют открытый доступ к просмотру транзакций на сайте-проводнике;

2) Фиксированная цифровая отчетность. Данный плюс ограничивает возможности изменять или подделывать введенные данные, что, в свою очередь, сокращает объем махинаций в финансовом учете;

3) Автоматизация обновления данных без нужды в ручной, согласованной актуализации записей;

4) Скорость передачи данных транзакций в условиях осуществляемых сделок предприятий;

5) Безопасность. Технология Блокчейн предусматривает децентрализованное расположение данных среди разных серверов, что обеспечивает защиту пользователей и выполняемых в процессе взаимодействия партнеров операций.

При совершении финансовой операции в условиях системы Блокчейн образуется алгоритм, схематично рассмотренный в Таблице №2.

Таблица 2, Схема работы технологии блокчейн при совершении финансовой операции(1).



Стоит отметить, что технология имеет ряд недостатков, ключевыми из которых являются высокая стоимость внедрения системы Блокчейн и недостаток специалистов в данной области для того, чтобы данная технология использовалась в повседневной жизни предприятия. Однако, в процессе развития технология становится более доступной (3).

Еще одним недостатком внедрения системы Блокчейн являются высокие энергозатраты. Решением данной проблемы сейчас активно занимаются ученые и предприниматели. Российский стартап Comino предложило обогревать помещения с помощью вырабатываемого тепла. Еще одним решением может стать покупка избыточной энергии у производящих организаций, использующих данные технологии (3).

Зарубежные компании, несмотря на новизну данной технологии, активно внедряют ее в структуры своих компаний. Такие известные организации как Amazon, Google, Mastercard, Visa, Walmart используют систему Блокчейн для работы с данными предприятия (5).

На территории России концепция Блокчейн находится в процессе теоретического и практического изучения. Президент Сбербанка Герман Греф обозначил важность процесса внедрения Блокчейна в России: «Для нас сейчас один из серьезных вызовов — это отношение к технологиям blockchain. Хотя есть много спорных вещей, связанных с изобретением технологий, тем не менее нам представляется, как профессионалам, что это точно не то, что нужно запрещать. Это взрывная технология, которая перевернет очень многие сферы» (4). Таким образом, в настоящее время Российским предприятиям необходимо на практике применять технологии Блокчейна, поскольку

она позволяет повысить эффективность работы предприятий, путем сокращения финансовых правонарушений, высокой скорости обработки и передачи данных, а также хранения информации, необходимой для детализированного финансового учета.

Список литературы

1. М. П. Селезнёва, А. С. Кочеткова Влияние цифровизации на бухгалтерский учет // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. №12-3. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-tsifrovizatsii-na-buhgalterskiy-uchet> (дата обращения: 16.05.2021).

2. Василенко Марина Евгеньевна, Терновая Полина Сергеевна ЦИФРОВИЗАЦИЯ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ И АУДИТЕ // АНИ: экономика и управление. 2020. №3 (32). [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-v-buhgalterskom-uchete-i-audite> (дата обращения: 16.05.2021).

3. Арефьев Петр Владимирович, Восканов Александр Сергеевич, Гришин Марк Сергеевич Технология блокчейн в финансовом секторе экономики // Стратегии бизнеса. 2019. №10 (66). [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-blokcheyn-v-finansovom-sektore-ekonomiki> (дата обращения: 16.05.2021).

4. Федотова Вероника Вячеславовна, Емельянов Богдан Георгиевич, Типнер Людмила Михайловна Понятие блокчейн и возможности его использования // European science. 2018. №1 (33). [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-blokcheyn-i-vozmozhnosti-ego-ispolzovaniya> (дата обращения: 16.05.2021).

5. 50 крупных компаний, которые используют блокчейн. - Майкл дель Кастильо / Forbes. [Электронный ресурс]: <https://www.forbes.ru/biznes/374921-50-krupnyh-kompaniy-kotorye-ispolzuyut-blokcheyn-spisok-forbes> (дата обращения: 16.05.2021).

Есяянц Д. В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефёдова С. В.

Тульский Финуниверситет

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ КРЕДИТОВ И ЗАЙМОВ

В наши дни банковские кредиты, гарантирующие экономическую деятельность предприятия, способствуют развитию и увеличению производства, работ и услуг. Важность банковских кредитов как дополнительного источника финансирования коммерческой деятельности особенно очевидна на начальном этапе, когда заемные средства вкладываются в долгосрочное создание новых фондов.

Ссуды, которые действуют как кредиты, разнообразны и помогают более гибко получать средства. Компания может получить заем в наиболее подходящей для нее форме - заем напрямую, в форме переводного векселя или путем выпуска облигаций.

В этих условиях возросла роль надлежащего учета займов и кредитов в корпоративном учете. Знания об управлении сферой их структуры в компании зависят от правильности и надежности кредитно-ссудного учета, позволяют принимать правильные решения по изменению этих характеристик, позволяют анализировать рентабельность полученных активов и так далее.

Практически в каждой экономической деятельности организации может возникнуть необходимость в увеличении заемных средств. В кредитных отношениях следует различать банковское и коммерческое кредитование.

1. Банковский кредит — предоставление привлеченных и собственных денежных средств кредитной организацией заемщику на условиях возвратности, срочности и платности.[1]

2. Коммерческий кредит — предоставление одним лицом (кредитором) свободных собственных денежных средств или иных вещей на срок другому лицу (должнику).

Также различают несколько форм кредитования.

1. Банковский кредит. Собранные средства являются источником финансирования. Для кредитования временно используются свободные остатки на счетах юридических и физических лиц. По достижении оборота этот капитал возвращается в виде процентов с определенной прибылью.

Банковский кредит связан со сбором временно свободных денежных средств, их перераспределением на условиях погашения и выпуском банкнот, выпущенных через систему кредитования.

2. Государственный кредит - относится к кредитным отношениям, связанным со сбором государственных средств на возвратной основе для финансирования государственных расходов, когда кредиторами являются физические и юридические лица, заемщиком является правительство в лице Министерства финансов местного правительства.

3. Потребительский кредит (заем) - денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (далее - договор потребительского кредита (займа), в том числе с лимитом кредитования).[2]

4. Инвестиционный налоговый кредит - изменение срока уплаты налога, при котором организации при наличии оснований предоставляется возможность в течение определенного срока и в определенных пределах уменьшать свои платежи по налогу с последующей поэтапной уплатой суммы кредита и начисленных процентов.[3]

Заем - это реальный договор, который вступает в силу только с момента передачи денег от кредитора заемщику при возникновении соответствующих обязательств.

Сущность данной операции заключается в том, что займодавец отдается в собственность заемщику деньги или какую-либо другую вещь, определенную родовыми признаками, а заемщик обязуется вернуть ту же сумму или вещь в целостности и сохранности.

Еще одна отличительная черта займа - это то, что в отличие от большинства ссуд она бесплатна. То есть если заем предлагается под проценты, кредитор не получит возмещения по кредитному соглашению. Во многом это связано с тем, что между заемщиком и кредитором существуют если не близкие, то довольно конфиденциальные отношения.

Учет займов полученных организацией регулируется ПБУ 15/2008 «Учет расходов по займам и кредитам».

Для отражения операций в плане счетов отведены:

- счет 66 «Расчеты по краткосрочным кредитам и займам», с помощью которого отражаются все операции по краткосрочным кредитам и займам;
- счет 67 «Расчеты по долгосрочным кредитам и займам», данный счет предусмотрен для отражения операций по заемным средствам или кредитам, которые были оформлены на более, чем 12 месяцев.

Бухгалтерские процедуры для отражения займов и кредитов включают:

1. документирование и учет полученных кредитов и займов;
2. учет затрат, связанных с привлечением займов и кредитов;
3. документирование и учет возврата кредитов и займов.

Аналитический учет краткосрочного и долгосрочного кредита ведется по типу полученного кредита в разрезе банка, предоставившего кредит.

Аналитический учет займов, полученных путем выпуска долговых ценных бумаг, осуществляется в разрезе займодавцев, видов выпущенных ценных бумаг и сроков их погашения.[4]

Согласно ПБУ 15/2008, порядок учета основной суммы долга и

стоимости полученных кредитов отличается. Это объясняет необходимость предоставления соответствующих субсчетов в плане счетов.

Из всего вышесказанного и описанного можно сделать вывод, что Кредит - это основа современной экономики, неотъемлемая часть экономического развития. Его используют как крупные компании и ассоциации, так и небольшие производственные, сельскохозяйственные и торговые структуры.

Кредитные отношения в экономике строятся на определенной методологической основе, одним из элементов которой является принцип, который последовательно соблюдается при реальной организации всех операций на рынке кредитного капитала. Основные принципы получения кредита - возврат, срочность.

Кредитование, переводные векселя, займы и облигации нуждаются в эффективном способе стимулирования экономического развития. Правильный учет этих видов деятельности позволит вам узнать больше о финансовом положении компании, эффективности использования заемных средств и методах кредитования.

Список литературы

1. Налоговый кодекс РФ [Электронный ресурс]: федер. закон от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 17.02.2021) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/405dc935465202d42568269ccdda75adb8a79db1/. (дата обращения 18.04.2021)
2. О потребительском кредите (займе) [Электронный ресурс]: федер. закон от 21.12.2013 № 353-ФЗ (ред. от 03.04.2020) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2020) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_155986/ea6f7bb32cdb797dc30aca18be2a215cd0211ad2/. (дата обращения 18.04.2021)
3. Зонова А. В. Бухгалтерский учет и анализ [Электронный ресурс]: учебное пособие. М. Магистр Инфра-М, 2016. 575 с. <https://znanium.com/>. (дата обращения 18.04.2021)
4. Дмитриева И. М. Бухгалтерский финансовый учет [Электронный ресурс]: учебник для вузов. М. Юрайт, 2019. 491 с. <https://ez.el.fa.ru>. (дата обращения 18.04.2021)

Жерновенкова Д.В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефёдова С.В.

Тулский филиал Финуниверситета

РОЛЬ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

В формировании темпов роста экономики государствам современной экономической структуре играет положение многих

государственных предприятий, финансово - кредитных организаций, крупных и малых предпринимателей. Устойчивость темпов роста экономики напрямую зависит от организованного и грамотного ведения хозяйства. Всем этим занимается бухгалтер. Его роль в современной экономике очевидна. Из вышеперечисленных типов организаций - как государственный сектор организации, так и частный не справится с полноценным ведением их деятельности без формы бухгалтерского учета. Помимо прочего, системы медленно, но верными шагами переходят на цифровую платформу в условиях экономической автоматизации. Это может напрямую отразиться на будущее бухгалтерской профессии.

Прежде чем говорить о роли бухгалтерского учета в современной экономике, стоит рассказать об истории его формирования. Современная бухгалтерия формировалась на протяжении многих веков. Она возникла не из-за человеческих прихотей, а из-за самых несущих потребностей таких как: невозможность вести домашнее хозяйство без меры, веса, счетов, без сравнения доходов с расходами. Это всегда было необходимо. Первые учетные документы, которые были обнаружены археологами, относились к ХХХ веку до н.э. Это зарубки на костях, бивнях. Достижение первобытных людей в области учета заключается в том, что появились системы счисления и записей. Они позволяли регистрировать учетные объекты в натуральных измерителях.

Наиболее организованная система бухгалтерского учета были в Египте, Греции и Риме. Учетная система Древнего Египта была частью централизованного управления экономикой. Учет мог вести не каждый человек, а тот, кто обладал определенными умениями. Для ведения учета требовалось владеть письмом и счетом. Такими навыками обладали писцы. Они совмещали в своей деятельности функции управления, учета, жречества и составляли профессиональную касту. Учет помогал людям поддерживать порядок. На основе накопленной бухгалтерской информации первые специальные люди предсказывали: когда нужно подготовить большие запасы и вовремя мигрировать.

Таким образом, экономические нужды потребовали создания счетов и бухгалтерского учета. Бухгалтерский учет, появившийся одновременно с письмом, стал основной необходимостью экономической деятельности.

Задача компании - постоянно принимать определенные решения руководством, благодаря которым организация вырабатывает другую стратегию работы. Каждое решение должно быть рационально продумано и основано на реальных результатах деятельности

предприятия. Каждое из этих решений фиксируется в учете, обрабатывается и влияет на дальнейшее планирование рабочих моментов. Бухгалтерский учет в системе управления любого хозяйственного субъекта выполняет следующие функции: информационную, контрольную, оценочную, аналитическую.

Информационная функция заключается в том, что бухгалтерский учет, если его вести непрерывно, позволяет фиксировать и собирать общую и подробную информацию об активах и ресурсах компании, результатах производственной и финансовой деятельности. Информация, предоставляемая бухгалтерским учетом, используется в статистическом, оперативном и техническом учете и используется для планирования, прогнозирования и выбора стратегии деятельности. При этом информационная функция должна быть реализована таким образом, чтобы показатели были минимальными, но могли удовлетворить большое количество пользователей. Информация должна быть актуальной и своевременной, но при этом требовать минимум времени и усилий [3].

Функция контроля заключается в установлении стандартов, измерении фактических достигнутых результатов и внесении корректировок, если достигнутые результаты значительно отличаются от установленных стандартов. Бухгалтерский учет отражает весь оборот денежных средств компании, источники их формирования и бизнес-процессы. Хорошая бухгалтерская информация позволяет контролировать различные этапы производства, при необходимости детально проверять деятельность компании и ее подразделений, анализировать их, и на основе этой информации подготавливать, обосновывать и внедрять соответствующие управленческие решения на разных уровнях управления.

Оценочная функция заключается в измерении и оценке ресурсов, определения стоимости и себестоимости производимой продукции, расчета результата деятельности предприятия, его рентабельности. Оценка является результатом измерения и идентификации объектов учета [2].

Аналитическая функция бухгалтерского учета заключается в осуществлении на основе первичных и сводных экономического анализа наличия, состояния и движения ресурсов и результатов деятельности предприятия с широким применением экономико-статистических методов и моделирования [2].

Информация, преобразуемая системой бухгалтерского учета, которая необходима для управления, контроля и анализа эффективности деятельности организации, необходима не только

руководству компании, но и лицам, деятельность которых непосредственно связана с этой организацией.

Любое предприятие в условиях рыночной экономики не может обходиться без продуманного комплекса мер, которые направлены на четкий контроль финансово- хозяйственной деятельности. Бухгалтерский учет можно отнести к главному источнику информации, который можно использовать во всех видах хозяйственного учета. Также он вместе с бухгалтерской отчетностью является эффективным способом итогового обобщения учетной информации предприятия за текущий и отчетный период.

Бухгалтерский учет в Российской Федерации регулируется законом от 06.12.2011 №402-ФЗ «О бухгалтерском учете», который устанавливает единые требования к бухгалтерскому учету, в том числе бухгалтерской (финансовой) отчетности, а также направлен на создание правового механизма регулирования бухгалтерского учета [1].

В настоящее время в бухгалтерском учете происходит развитие теории и методологии, внедрение новых информационных технологий, программного обеспечения такого как: 1С, Галактика, Парус и т.д.

Сейчас бухгалтерский учет сформировался как экономическая наука, которая имеет с одной стороны свои теоретические и методологические основы, и тесно связанная с другими экономическими науками, с другой стороны с политэкономией, макро- и микроэкономикой.

Поскольку основная цель бухгалтерского учета- создание качественной информации о хозяйственной деятельности компании, которая необходима для обоснования решений, принимаемых руководством, важно не только своевременно ее собрать, но и правильно учесть, систематизировать и обработать. В этом и заключается актуальность учета в целом и бухгалтерского учета в частности.

С развитием рыночной экономики в Российской Федерации и дальнейшим выходом хозяйствующих субъектов страны на международный рынок возникает вопрос о дальнейшем совершенствовании методологии бухгалтерского учета и, соответственно, его правового регулирования. Необходимость обновления некоторых внутренних положений по бухгалтерскому учету, в частности положений, касающихся учетной политики предприятия и подготовки финансовой отчетности, также зависит от процесса трансформации Международных стандартов финансовой отчетности.

Список литературы

1. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: федер. Закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. От 26.07.2019), (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2020).
<http://www.consultant.ru>.
2. Дмитриева И.М., Захаров И.В., Калачева О.Н. Бухгалтерский учет и анализ [Электронный ресурс]: учебник для вузов. М.: Юрайт, 2020. 358 с.
<https://ez.el.fa.ru>. (дата обращения: 29.03.2021).
3. Функции бухгалтерского учета [Электронный ресурс]: <http://multibuh.ru/funkcii-buxgalterskogo-ucheta/>. (дата обращения: 29.03.2021).

Жиглова А.А., Калинина М.В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Медведева Т.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ОЦЕНКА КУРСА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ

В современных реалиях для результативной деятельности экономики страны, в том числе увеличение темпов экономического роста и повышение социальной стабильности в стране, роль государства становится все более значимой. Ввиду специфики структуры, развития и функционирования сельскохозяйственная промышленность еще больше нуждается в поддержке со стороны органов власти.

Актуальность выбранной темы можно обосновать тем, что агропромышленный комплекс является самым крупным народным, хозяйственным комплексом страны и включает в себя совокупность таких отраслей экономики, как сельское хозяйство, пищевая и лёгкая промышленность, машиностроение, растениеводство, животноводство и др. [1] Данный комплекс выступает в качестве стратегической отрасли для всего государства. Ведь он составляет около 6% ВВП страны, а из сельхозсырья производится около 70% продуктов потребления, в розничном товарообороте продовольственные товары составляют половину. [2, с. 17]

На сегодняшний момент замещение импортных сельскохозяйственных товаров является одним из приоритетных векторов развития народного хозяйства. После серии санкций 2014 года по инициативе США и ряда европейских стран, наша страна приняла решение отказаться от импорта ряда продовольственных продуктов. Среди них оказались и те, которые никогда не производились в нашей стране или имели низкое качество по

сравнению с импортным товаром. Появилась острая необходимость в развитии данного направления.

В результате был взят новый курс в развитии импортозамещения. С принятием федерального закона от 31 декабря 2014 г. №488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации» - Россия отказалась от принятых ранее государственных закупок. На сегодняшний момент российский рынок ставит в приоритет отечественную продукцию, хотя до недавнего времени у российских и иностранных производителей были равные условия в конкурентной гонки [3].

Обновленная внутренняя политика привела не только к ожидаемым показателям, но и их превышению в некоторых отраслях. Так, с 2013 по 2020 годы ввоз продовольственных товаров сократился на 31,2% (почти 30 млрд. долларов). Что же касается производства отечественной продукции, то темпы роста продовольственных товаров значительно превзошли прогнозные параметры. По многим показателям увеличились как внутреннее производство, так и экспортные объемы. Если рассмотреть отдельные категории производства, то возрос процент реализации отечественных мясных изделий и морепродуктов, зерна, сахара, молочных продуктов в 2020 году от 80-99%. Президент РФ В.В. Путин описал многие показатели отраслей агропромышленного комплекса «рывком» за последние десятилетия, о чем свидетельствуют данные Росстата (таблица 1) [4].

Таблица 1 - Продукция сельского хозяйства по категориям хозяйств РФ (в фактически действовавших ценах; млрд. руб.; до 1998 г. – трлн. руб.)

| | 1990 | 2000 | 2002 | 2004 | 2006 | 2010 | 2014 | 2016 | 2018 | 2020 |
|-------------------------------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Продукция сельского хозяйства | 0,1 58 | 742 ,4 | 968 ,2 | 1253 ,2 | 1570 ,6 | 2462 ,2 | 4031 ,0 | 5112 ,3 | 5348 ,8 | 6110 ,8 |
| В том числе: | | | | | | | | | | |
| растениеводство | 0,058 | 394,7 | 480,7 | 650,6 | 764,8 | 1090,2 | 1986,0 | 2710,3 | 2756,1 | 3276,9 |
| животноводство | 0,1 | 347,7 | 487,5 | 602,6 | 805,8 | 1372,0 | 2044,0 | 2402,0 | 2592,7 | 2833,9 |

Источник: Росстат РФ

Наша страна способна полностью себя обеспечить зерном, сахаром, растительным маслом, мясом и мясopодуктами, картофелем, томатами, полагают эксперты, ссылаясь на показатели последних лет. Сложнее ситуация с производством говядины и молока - более капиталоемкими и "долгоиграющими" отраслями, где отечественный бизнес пока не на высоте. Однако уже в наступившем году аналитики

ждут снижения импорта мясной продукции. Причиной называют изменения на рынке валют, которые оказали влияние на повышение спроса на российское мясо [5].

Несмотря на впечатляющие результаты показателей сельхоз продукции на внутреннем рынке, нельзя назвать курс импортозамещения до конца реализованным. Согласно исследованию, мясо птицы и свинины, а также помидоры являются единственными категориями продовольственных товаров, в которых состоялось замещение импорта. Благодаря увеличению их производства внутри нашей страны, цены на них были снижены до уровня тех цен, которые были до введения санкций. Все дело в том, что замена импортного товара на аналогичный, российский приведет к росту розничной цены в результате данной подмены.

В результате данного исследования, проведенным РАНХиГС, оказалось, что из 15 категорий товаров продовольствия в 12 из них потребление сократилось из-за роста цен, либо сильно ударило по реальным доходам потребителей. То есть, импортозамещение либо не состоялось, либо слишком дорого обошлось потребителям.

Приведем конкретные примеры. К первой группе товаров, потребление которых сократилось в связи с ростом цен, относятся сыры и фрукты. Ко второй, потребление которых продолжилось, но обошлось слишком дорого для потребителей, относятся творог и кисломолочные продукты. Ещё один отрицательный довод в пользу провалов политики импортозамещения.

Аналитические данные показывают, что по 12 категориям товаров покупатели теряли больше 500 млрд. руб. в год (по ценам до введения санкций 2014 года), а по 3 оставшимся, в число которых входят мясо птицы, свинины и помидоры, выгода составляет 76 млрд. руб. в год. Исследователи делают неутешительные выводы: валовый прирост является отрицательным и составляет для потребителей 445 млрд. руб. в год из-за санкций западных держав и США.

Однако на этом убытки для потребителей не заканчиваются. По словам В. Шеремета, руководителя центра компетенции в АПК России, поскольку стоимость увеличилась не только на запрещенные для импорта товары, но и на отечественные. Так, по итогам 2020 года, инфляция коснулась круп (цена увеличилась на 15% по сравнению с предыдущим годом), сливочного масла (10%, и 79% на период с 2013 по 2020 годы), рыба (69% на период до санкций и 2020 года). В 2020 году ожидается подорожание какао, кофе и чая на 20% [6]. Даже хлеб дорожает на 6-7 %.

Чем же вызван столь ощутимый рост цен даже на те товары,

которые производились в большом объеме? По данным KPMG, увеличение цен вызвано сильной зависимостью агропредпринимателей от иностранных поставщиков. Это относится, в том числе, к технике, удобрениям, посадочному материалу. Доля импорта в затратном отчете может составлять более 50%.

Кроме того, импорт сельхоз сырья и продовольствия в стоимостном выражении превышает её экспорт (рисунок 1).

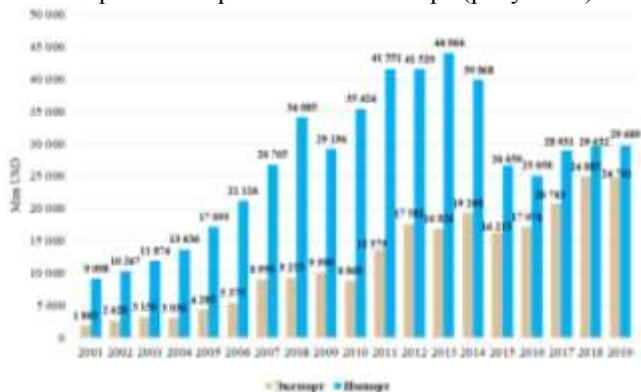


Рис. 1. Стоимость российского экспорта и импорта сельхоз сырья и продовольствия, млн. USD

Источник: экспертно-аналитический центр Агробизнеса

Таким образом, курс импортозамещения в России характеризуется как успехами, так и провалами. Во многом это объясняется как политическими факторами, так и внутренними – недостаточное влияние на внутренние процессы сельскохозяйственного производства со стороны органов власти. Так, из-за повышения себестоимости многих видов продовольствия, это сказалось на их цене, а, следовательно, и на потребительской корзине. Спрос на такие категории товаров, как макароны, кисломолочные продукты, кондитерские изделия снизился из-за происходящей ситуации. [7]

Рост цен на продукцию не сопровождается соответствующем повышением качества, если сравнивать с аналогичными товарами зарубежных рынков. Следовательно, еще одним фактором успешной реализации курса импортозамещения становится ориентация на внешний рынок, а не на внутренний. В качестве примера можно привести Индию и Южную Корею. Они пытались создать аналогичные товары извне, которые не имели спроса, однако пересмотр государственной экономической политики позволили создать свои

уникальные продукты. В Индии – IT-технологии, в Южной Корее – Samsung.

Отечественная продукция должна быть ориентирована не только на внутренний рынок, но и внешний для успешного развития АПК, поскольку успехи в данном направлении не будут потеряны в случае возврата к прежнему курсу. Также следует развивать данное направление в купе развития социальной инфраструктуры, уровня экономики и др. Объединяя усилия в разных отраслях производства и политики, можно добиться создания конкурентоспособного товара. Государству следует инвестировать в реализацию исследований высших научно-исследовательских школ, а также в реализации своего потенциала ученым и специалистом в данной области непосредственно на предприятиях. Могут быть созданы специальные базы в каждом регионе страны.

Таким образом, важно обратить внимание и на узкие места АПК. Фактически это одновременно и тренды, работа над которыми будет идти наиболее активно. К ним относятся возрождение семеноводства и племенного скотоводства, НИОКР в части сельхозтехники, цифровизация и снижение технологического отставания в АПК и агрологистике, популяризация цифровых технологий в мелких хозяйствах и снижение стоимости внедрения IT-продуктов, а также развитие программ подготовки кадров и привлечение молодых специалистов в сектор АПК [5].

Список литературы

1. Черникова С.А. Государственное регулирование АПК в России // Московский экономический журнал. 2019. №8. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennoe-regulirovanie-apk-v-rossii> (дата обращения: 14.04.2021).

2. Ахметов Р.Г. Основы экономики организации агропромышленного комплекса [Электронный ресурс]: учебное пособие. М: Юрайт, 2021. 367 с. <https://urait.ru/viewer/osnovy-ekonomiki-organizacii-agropromyshlennogo-kompleksa-456389#page/17> (дата обращения: 14.04.2021).

3. Соловьев А.И. Импортзамещение в России: проблемы и пути решения // Экономика. Налоги. Право. 2019. №4. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/importozameschenie-v-rossii-problemy-i-puti-resheniya> (дата обращения: 18.04.2021).

4. Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство [Электронный ресурс]: https://rosstat.gov.ru/enterprise_economy# (дата обращения: 18.04.2021).

5. Эксперты подвели промежуточные результаты стратегии

импортозамещения в АПК [Электронный ресурс]: <https://rg.ru/2021/01/12/reg-szfo/eksperty-proanalizirovali-rezultaty-strategii-importozameshcheniia-v-apk.html> (дата обращения: 18.04.2021).

6. Поставщики предупредили о подорожании продуктов до 20% из-за пандемии [Электронный ресурс]: <https://www.google.ru/amp/s/amp.rbc.ru/rbcnews/rbcfreeneews/5e8bf6d69a794744ecaed452> (дата обращения: 01.05.2020).

7. Россия: итоги пяти лет импортозамещения [Электронный ресурс]: <https://russian.eurasianet.org/россия-итоги-пяти-лет-импортозамещения> (дата обращения: 14.04.2021).

Жукаускас В. В.

Научн. рук.: канд. экон. наук., доц. Нефедова С. В.

Тульский филиал Финуниверситета

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Финансовая безопасность организации является элементом управленческой деятельности компании, функции контроля которой заключаются в сборе и обработке информации, а также дальнейшем стратегическом планировании. Бухгалтерский учет в данном контексте является наиболее эффективным инструментом в работе с информацией о финансовом состоянии организации. В соответствии с Федеральным законом «О бухгалтерском учёте» № 402 от 06.12.2011 г. под понятием «бухгалтерский учёт» понимается «формирование документированной систематизированной информации об объектах, предусмотренных этим законом, в соответствии с требованиями и составление на её основе бухгалтерской (финансовой) отчётности» [1]. Таким образом, бухгалтерский учет выступает в роли посредника между руководителями, осуществляющими управленческую деятельность, и непосредственно хозяйственно-производственной деятельностью организации.

Бухгалтерские риски организации обусловлены недоверенностью информации и неточностью учетных данных. Данные факторы возникают, как правило, в следствие низкого уровня организации учетного процесса, а также из-за противоречивости и сложности нормативно-правовой системы учета.

Поскольку бухгалтерский учет и бухгалтерские риски играют важную роль для принятия рациональных, своевременных и эффективных решений при обеспечении компании финансовой безопасности, можно выделить ряд принципов, необходимых при ведении отчетности:

- достоверность информации;
- актуальность и содержательность предоставляемой информации;
- конкретность и отсутствие противоречий в располагаемой информации [3].

Данные, содержащиеся в бухгалтерском учете, предоставляют информацию о ликвидности, рентабельности и финансовой устойчивости, выступающих в роли ключевых показателей финансовой безопасности фирмы.

Показателями для оценки финансовой безопасности могут быть:

- коэффициент финансовой независимости;
- доля заёмных средств в общей сумме источников;
- коэффициенты текущей и срочной ликвидности;
- рентабельность активов и собственного капитала;
- коэффициент оборачиваемости активов;
- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами;
- доля накопленного капитала [4].

В целях соблюдения требований при расчете показателей, предоставляемых отчетной информацией, в компаниях, согласно ФЗ «О бухгалтерском учёте», организовывать и выполнять внутренний контроль. В соответствии с № ПЗ-11/2013 «Организация и осуществления экономическим субъектом внутреннего контроля», производится внутренний контроль бухгалтерского учета [2]. В рамках данного контроля осуществляется проверка следующих показателей:

- эффективность коммерческой деятельности (достижение финансовых результатов и содержание активов);
- точность и актуальность бухгалтерской отчётности;
- соблюдения нормативно-правовых и законодательных актов при ведении бухгалтерского учета.

Оценка показателей в условиях внутреннего контроля компании сопровождается рядом процедур, таких как: формирование отчетов, выгрузка информации о хозяйственных операциях из системы учета, инвентаризация и документарное оформление полученных данных.

При осуществлении контроля бухгалтерского учета с целью обеспечения финансовой безопасности бухгалтерские ошибки подразделяют на 2 группы: процедурные и технологические.

Процедурные ошибки обусловлены неверным оформлением бухгалтерской отчетности. Как правило, нарушения данной группы проявляются в следующих случаях:

- несоответствие даты в учете и факта осуществления

хозяйственной операции;

- недостаток или отсутствие первичных документов;
- ошибки при осуществлении корреспонденции счетов;
- неполное отражение резервов в бухгалтерской отчетности;
- некорректное отражение задолженностей и обязательств.

Технологические ошибки вызваны сбоями программных обеспечений или технических оборудований, используемых для ведения бухгалтерского учета. Среди таких ошибок выделяют:

- неверное отражение показателей бухгалтерской отчетности;
- ошибки в оценке активов и обязательств;
- неверное отражение информации в отчетных формах.

При осуществлении внутреннего финансового контроля субъекту необходимо располагать знаниями методологии бухгалтерского учета: принципы документооборота, инвентаризация и иные процедуры, осуществляющие регистрацию факта хозяйственной деятельности в бухгалтерском учете.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что бухгалтерский учет в системе финансового учета играет важную роль. Соблюдение правил учета и осуществление внутреннего контроля помогают организации своевременно принимать меры по стимулированию финансовой эффективности и обеспечению финансовой безопасности предприятия.

Список литературы

1. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 26.07.2019) "О бухгалтерском учете" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2020). [Электронный ресурс]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/d7372b9bbb772927073ce566a64848b23aa14879/ (дата обращения: 17.05.2021).

2. Пояснительная записка ПЗ-11/2013 Минфина России "Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности". [Электронный ресурс]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156407/ (дата обращения: 17.05.2021).

3. Коротаяева Юлия Григорьевна Значение бухгалтерского учета в обеспечении финансовой безопасности компании // Вестник науки и образования. 2020. №3-1 (81). [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-buhgalterskogo-ucheta-v-obespechenii-finansovoy-bezopasnosti-kompanii> (дата обращения: 17.05.2021).

4. Яричина Галина Федоровна, Ситяева Ольга Сергеевна,

Антонова Олеся Александровна, Скуратова Алена Александровна
Роль бухгалтерского учета в обеспечении экономической безопасности организации // Вестник ТГЭУ. 2019. №3 (91). [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-buhgalterskogo-ucheta-v-obespechenii-ekonomicheskoy-bezopasnosti-organizatsii> (дата обращения: 17.05.2021).

Загвеева Ю.С.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тулский филиал Финуниверситета
АУДИТ ФИНАНСОВЫХ ВЛОЖЕНИЙ

Финансовая деятельность практически каждого коммерческого предприятия тесно привязана к инвестициям в разные активы и проекты. К финансовым вложениям относят вклады в уставные капиталы организаций, и ценные бумаги. Ключевое условие данного рода вложений - это получение доходов [4, с. 72].

В целях бухгалтерского учета финансовыми вложениями должны признаваться активы если будут соблюдены следующие условия: должны быть документально подтверждены права; должен быть уточнен порядок перехода финансовых рисков; активы должны иметь способность приносить доход [6, с. 24].

Финансовые вложения к бухгалтерскому учету должны приниматься по первоначальной стоимости.

К финансовым вложениям не причисляются активы, которые имеют материально-вещественную форму, например, основные средства, материально-производственные запасы и нематериальные активы.

Основной задачей аудита финансовых вложений является установление корректности отражения фактов хозяйственной жизни предприятия, имеющих отношение к данному участку учета, в бухгалтерском учете и отчетности.

Информация для проверки вложений по инвестированию включает данные по сч. 58 «Финансовые вложения», отчетность бухгалтерии, приказы об учетной политике, первичные документы, которые подтверждают проведенные операции.

Этапы аудита финансовых вложений:

1. Планирование и разработка программы проверки;
2. Сбор аудиторских доказательств в соответствии с разработанной программой;
3. Проверка соблюдения организацией требований законодательства в области проведения инвентаризации; правильности оформления инвентаризационных документов; установлены ли сроки

проведения инвентаризации финансовых вложений в приказе об учетной политике, и соблюдаются ли эти сроки и т. д.

4. проверка правильности и обоснованности учета активов в качестве финансовых вложений;

5. проверка первичных документов по учету финансовых вложений;

6. проверка правильности формирования и отражения в учете первоначальной стоимости поступивших финансовых вложений;

Аудит в учете финансовых вложений в области ценных бумаг осуществляется в соответствии с п. 6 ПБУ 19/02 с обеспечением информации по эмитентам ценных бумаг. Аудит финансовых вложений в ценные бумаги устанавливается с учетом фактических затрат на приобретение ценных бумаг. К ним относятся:

- суммы, которые выплачиваются по договору продавцу;
- суммы, которые выплачиваются специализированным организациям или другим лицам за консультационные и информационные услуги, которые связаны с покупкой ценных бумаг;
- расходы на уплату процентов по заемным средствам, которые используются на приобретение ценных бумаг до приема их к бухгалтерскому учету;
- вознаграждения, которые выплачиваются сторонним организациям, с участием которых куплены ценные бумаги;
- другие расходы, которые напрямую связанные с покупкой ценных бумаг и отражены по дебету счета 08 «Капитальные вложения», субсчет «Вложения в ценные бумаги».

Аудитор разбирает состав затрат, которые связаны с приобретением ценных бумаг, правильность отнесения этих затрат в стоимость финансовых вложений, документальное доказательство этих затрат. Если же финансовые вложения осуществляются в иностранной валюте, в таком случае следует рассмотреть эти операции на соответствие нормативным актам валютного регулирования [8, с. 34].

Проверяя принятие к бухгалтерскому учету финансовых вложений, необходима оценка и одновременное выполнение нескольких условий:

- документальное подтверждение прав организации на финансовые вложения, включая получение денежных средств или прочих активов, которые относятся к владению данным правом;
- предприятие, которое осуществило финансовые вложения, одновременно берет на себя и финансовые риски, связанные с

изменением цен, утраты платежеспособности должника, ликвидности и др.;

- способность финансовых вложений приносить доход в виде процентов, дивидендов или увеличивать их стоимость.

В аудите финансовых вложений особенно важная стадия является проверка первичных документов. Это обусловлено тем, что с помощью данных документов определяется направление и порядок перехода права собственности по ценным бумагам. Сюда можно отнести: сертификат акций, облигацию, вексель и прочие ценные бумаги; акт приемки-передачи ТМЦ; выписку из реестра акционеров; договор купли-продажи; платежный документ; инвентаризационную опись и прочие документы. В документах должны быть указаны цель покупки и срок, на протяжении которого предполагается использование объекта.

В соответствии с пунктом 8 ПБУ 19/02 финансовые вложения могут быть приняты к учету по своей первоначальной стоимости. [3, с. 36]. ПБУ предусмотрены разные способы определить первоначальную стоимость финансовых вложений в соответствии с порядком их приобретения или поступления на предприятие [2]:

1. Первоначальная стоимость ценных бумаг, которая включает все затраты, относящиеся к их приобретению.

2. Первоначальная стоимость ценных бумаг, которая состоит только из сумм, уплачиваемых продавцу, при этом отражение оставшихся (несущественных) затрат происходит в составе прочих расходов.

Финансовые вложения, которые были внесены в виде вклада в уставный (складочный) капитал другим юридическим лицам, должны приниматься к учету в оценке, по согласованию с учредителями [7, с. 164].

В случае безвозмездного получения компанией ценных бумаг, их оценка происходит в соответствии с рыночной ценой на дату покупки. Важно отметить, что коммерческие компании вправе подарить друг другу имущество, со стоимостью от 5 МРОТ (пункт 4 статья 575 ГК РФ) [1]. Когда хотя бы один из участников договора дарения будет являться некоммерческой организацией или физическим лицом, то сумма подарка не ограничена ничем.

Первоначальную стоимость финансовых вложений, которые приобретены по договорам, предусматривающим исполнение обязательств неденежными средствами, определяют по пункту 14 ПБУ 19/02, опираясь на стоимость переданных или подлежащих передаче активов. Если же установить сумму активов, которые переданы или

подлежат передаче предприятием, невозможно, то сумму финансовых вложений можно определить стоимостью, по которой в сравниваемых ситуациях могут быть приобретены аналогичные финансовые вложения [5, с. 172].

Учитывая операции по финансовым вложениям, самыми частыми можно считать несколько ошибок:

- нет документов, которые могут подтвердить, что финансовые вложения были осуществлены или оформлены с нарушением установленных требований;
- отражение в составе финансовых вложений активов, которые не являются таковыми;
- неправильная первоначальная сумма финансовых вложений;
- отсутствует аналитический учет финансовых вложений;
- несвоевременно или неправильно отражается доход по операциям с ценными бумагами;
- порядок проведения инвентаризаций не соответствует законодательным нормам.

По результатам проведенной проверки финансовых вложений организации аудитор должен предоставить информацию представителям собственника аудируемого лица в целях принятия ими необходимых управленческих решений относительно финансовых вложений и выбора политики управления рисками, связанными с финансовыми вложениями организации. По завершению проверки аудитор должен сформировать мнение о достоверности данного сегмента, с предоставлением пакета рабочих документов, сформулировать часть аудиторского отчета, которая относится к области проверки, и представить его вместе с рабочей документацией руководителю проверки [8, с. 136].

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Федеральный закон от 28.11.2011 N 335-ФЗ "Об инвестиционном товариществе".
3. Положение по бухгалтерскому учету «Учет финансовых вложений» ПБУ 19/02, утвержденным приказом Министерства Финансов Российской Федерации от 10.12.2002 № 126н.
4. Арабян К. К. Аудит. Теория, организация, методика и практика : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", "Финансы и кредит" - Москва : Юнити, 2020. - 479 с.

5. Булыга Р. П. Аудит бизнеса: учебник для студентов магистратуры, обучающихся по направлениям подготовки "Экономика", "Финансы и кредит", "Государственный аудит", "Менеджмент", Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - Москва : ЮНИТИ, 2021. - 343 с.

6. Гусельщикова Н. Б. Бухгалтерский учет, аудит и анализ : учебное пособие. - Нальчик : Печатный двор, 2020

7. Дмитриева О. В. Бухгалтерский учет, анализ и аудит операций с ценными бумагами: учебное пособие для учащихся по направлению подготовки 38.03.01 "Экономика" (квалификация (степень) "бакалавр") - Москва : ИНФРА-М, 2020.

8. Казакова Н. А. Внутренний аудит оценочных резервов и обязательств как метод диагностики корпоративных рисков : монография. - Москва : ИНФРА-М, 2021. - 183 с.

9. Учет. Анализ. Аудит. Т. 8, № 1. - 2021. - 90 с.

Зенченко М.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефедова С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

НАЧАЛО ПУТИ РОССИИ К МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

Анализ современного состояния и тенденций развития бухгалтерского учета в России с 1985 года, когда началось движение России к рыночной экономике. В какой-то мере пройденный Россией путь вполне типичен для стран, долгое время существовавших в условиях планового хозяйства. Процесс модернизации российской системы бухгалтерского учета характеризуется следующими вехами: 1) С 1989 года осуществляется интенсивный процесс переподготовки российских специалистов и их ознакомления с основами западного бухгалтерского учета. Акцент был сделан на реализуемых иностранцами программах "Обучение тренеров", позволяющих получить каскадный эффект. 2) С 1991 года начался процесс публикации переводных профессиональных монографий и учебников (в основном американских). Некоторые из этих книг активно используются в университетах. 3) Довольно большое количество российских специалистов по бухгалтерскому учету получили возможность либо пройти краткосрочную практику за рубежом, либо устроиться на работу в совместные предприятия и филиалы западных компаний. 4) В 1992 году была предпринята первая попытка уменьшить размеры существующих различий между российской и западной бухгалтерской практикой-был утверждён новый

Унифицированный план счетов, фактически определяющий методологию бухгалтерского учета в России. 5) В 1994 году начался процесс подготовки российских стандартов бухгалтерского учета. Первый стандарт "Учетная политика" был фактически революционным для практиков. Собственно, хорошо известны принципы бухгалтерского учета, такие как истинный и справедливый взгляд, консерватизм, соответствие, последовательность, т. е., были введены в практику. 6) В 1997 году была утверждена новая четырехуровневая система регулирования бухгалтерского учета в России (уровни: законодательный, нормативный, методический и организационный). Ядром системы являются закон "О бухгалтерском учете" (утвержден в 1996 году) и стандарты бухгалтерского учета, обязательные к исполнению. 7) В 1998 году вышло постановление Правительства "Об утверждении программы реформирования бухгалтерского учета в соответствии с Международными стандартами бухгалтерского учета". Согласно Программе, в 2000 году российская система бухгалтерского учета должна быть согласована с МСФО. Программа предусматривает следующие основные действия: 1) Развитие законодательства о бухгалтерском учете (будет издана новая редакция закона "О бухгалтерском учете"), 2) Развитие регулирования бухгалтерского учета (создание национальных стандартов бухгалтерского учета, разработка новой редакции Единых планов счетов хозяйствующих субъектов, некоммерческих организаций и инвестиционных фондов), 3) Создание бухгалтерской профессии в России, 4) Международное сотрудничество.

Но также существовали некоторые препятствия для принятия Международных стандартов.. Во - первых, идея о том, что бухгалтерский учет должен производить информацию, которая считается полезной для определенных категорий пользователей, не могла быть реализована в России в полном смысле этого слова, поскольку, с одной стороны, некоторые категории пользователей, такие как акционеры, инвесторы, аналитики и т. д., еще не сформированы, а с другой стороны, любой российский бухгалтер уже привык готовить отчетность для единственного реального пользователя- налогового инспектора . Во-вторых, существовали два основных пути развития бухгалтерского учета в рамках либо кодифицированного законодательства, либо прецедентного. Проблема стандартизации бухгалтерской практики является одной из наиболее острых проблем в области международного бухгалтерского учета. С моей точки зрения, эта проблема могла бы быть решена таким способом: принятием определенной модели учета, используемой

одними развитыми странами, и распространением ее на другие страны; достижением компромисса, когда отбираются лучшие или наиболее распространенные методы из разных практик, собираются в один набор и распространяются на все страны. В нынешнее время этот способ и используется законодательством.

Согласно Программе, процесс перехода российской системы бухгалтерского учета на МСФО должен быть завершен к началу 2000 года. На практике результаты оказались не такими, как предполагалось, поэтому этот полный переход не был достигнут даже сейчас. Безусловно, были достигнуты некоторые весьма важные результаты, но в целом программа не была реализована в полном смысле и отложена «в долгий ящик». Есть несколько причин, объясняющих это.

Во - первых, при разработке не учли особенность модели ведения бухгалтерского учета в России. Мы видим, что в развитых странах нет единообразия в понимании назначения бухгалтерского учета и его трактовка различна с Российской версией.

Во-вторых, традиционно российские бухгалтеры привыкли следовать очень подробным инструкциям. И наоборот, МСФО носят достаточно общий характер и, с точки зрения российской практики, недостаточно детализированы.

Подводя итоги, мы видим, что попытки стандартизации бухгалтерского учета проводились, одна сама система не была полностью готова к переходу. Требовалось время на реализацию программы в российских реалиях, и как видим потребовалось немало времени, чтобы получить хоть какой-то результат. Но сейчас мы видим, что появляются ФСБУ и мы движемся к поставленной цели. Процесс присоединения России к международному бухгалтерскому сообществу начался, и никто не сможет его остановить.

Список литературы

1. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: федер. закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ <http://www.consultant.ru>
2. Постановление Правительства РФ от 06.03.1998 N 283 "Об утверждении Программы реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности" <http://www.consultant.ru>
3. Рогоуленко Т. М., Харьков В.П. Бухгалтерский учет: учебник. М.: Финансы и статистика, 2007. 368 с.

Зинченко А.Э.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Максимова Т.В.

Финансовый университет при Правительстве РФ,

Уральский филиал

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ

Процесс принятия решений, в ходе которого определяются стратегия развития тактика развития проблем предприятия, является одним из важных моментов в управлении бизнесом. И основным инструментом в организации производственной деятельности организации, обеспечивающим устойчивое финансовое состояния и повышение конкурентоспособности продукции, является управление затратами.

Под управление затратами подразумевается более эффективное использование ресурсов компании, их экономия и максимизация отдачи на всех этапах производственного процесса, а не их минимизация, что может привести к сокращению производства.

При анализе литературы [2,4,5] выявлено, что существуют следующие современные методы управления затратами:

- 1) Стандарт-костинг;
- 2) Директ-костинг;
- 3) Метод управления производством по системе JIT;
- 4) Функционально-стоимостной анализ (ФСА);
- 5) Учет затрат по работам (ABC);
- 6) Концепция управления затратами жизненного цикла (LCC);
- 7) Бенчмаркинг;
- 8) Метод целевого калькулирования себестоимости (Target costing).

Из представленных выше методов управления затратами рассмотрим подробно стандарт-костинг, ABC анализ и концепцию управления затратами жизненного цикла (LCC).

Одним из эффективных инструментов в управлении затратами предприятия является система учета стандарт-костинг, в основе которой лежит принцип учета и контроля затрат в пределах установленных норм и нормативов и по отклонениям от них.

Метод был разработан в начале XX века в США. Термин «стандарт-кост» состоит из двух слов: «стандарт - количество необходимых производственных затрат (материальных и трудовых) для выпуска единицы продукции или заранее исчисленные затраты на производство единицы продукции или оказания услуг, и «кост» - затраты, приходящиеся на единицу продукции.

Данная система необходима для оценки деятельности отдельных

работников и управления в целом, для принятия управленческих решений и подготовки бюджетов.

К основным преимуществам данного метода можно отнести: получение информации о стандартных затратах на отдельные виды продукции; учет в оперативном порядке отклонений по местам и причинам их возникновения; контроль и обобщение данных о фактических потерях и непроизводительных расходах; поиск резервов снижения затрат; оценка результатов работы производственных подразделений и предприятия в целом. Также к преимуществу можно отнести, что, благодаря установленным стандартам можно предварительно рассчитать сумму ожидаемых затрат на производство и реализацию продукции, исчислить себестоимость для определения цен, определить сумму ожидаемых доходов в будущем году.

Недостатки системы стандарт-кост проявляются в трудоемкости определения стандартов на базе технологической документации производства, а также в сложности определения остатков готовой продукции на складе и незавершенного производства при изменении цен на рынке и при инфляции. Более того, при большом количестве и разнообразии продукции предприятия практически невозможно разработать стандарты на каждый заказ за короткий период времени.

Следующий метод ABC разработан американскими учеными Р. Купером и Р. Капланом в конце 80-х годов. Затраты по данному инструменту образуются в результате осуществления внутрихозяйственной деятельности, и конечная продукция формирует спрос на определенные виды деятельности. Предприятие рассматривается как набор рабочих операций, в процессе осуществления которых необходимо затрачивать ресурсы.

Основными преимуществами метода ABC являются: более точное определение себестоимости продукции, применение в многономенклатурных производствах, выяснение причинно-следственной взаимосвязи между величиной затрат и процессами, происходящими в организации, улучшение механизма контроля затрат.

К недостатку можно отнести то, что при резких изменениях курса валют, конкурентных преимуществ, а также, когда наблюдается разброс значений ежедневных продаж в течение месяца примерно на 50% и более, использование данного метода может быть бессмысленно. Также применение данной системы эффективно только при следующих условиях: большую часть расходов занимают прямые затраты, предприятие должно выпускать 1-2 вида продукции с почти равными расходами. Однако если предприятие не отвечает подобным

условиям, то данные себестоимости могут быть искажены: занижена наценка на мелкосерийную продукцию и завышена на крупносерийную продукцию, высокая прибыльность сложных продуктов по сравнению с простыми продуктами.

И последний метод, который мы рассмотрим с вами – это концепция управления затратами жизненного цикла. Данный метод впервые был использован в оборонной отрасли в США, позднее стал применяться и в секторе частной экономики. Метод LCC может быть использован как для предприятия в целом, так и к отдельным проектам, клиентам, оборудованию. Данный инструмент предполагает затраты группировать по следующим стадиям жизненного цикла: стадия разработки нового продукта, стадия внедрения, стадия роста, стадия зрелости, стадия упадка. Даже если затраты не связаны с производством и реализацией продукции, то все равно должны включаться в себестоимость продукции в течение времени его жизни. Планирование во время всех стадий жизненного цикла продукта позволяет правильно спрогнозировать рабочие операции и соответствующие им затраты.

Основными преимуществами метода LCC являются: точное прогнозирование всех затрат и соотнесение с получаемым доходом, определение рисков дальнейшего стратегического развития предприятия. Данный метод определяет затраты на любой момент времени при производстве определенного вида продукции, что позволяет оценить эффективность принятого решения о производстве на любой стадии.

К недостаткам можно отнести: сложность системы и зависимость от человеческого фактора. А также возникает сложность с распределением накладных затрат, когда предприятие производит несколько видов продукции.

Таким образом, управление затратами – это не их минимизация, а более эффективное использование ресурсов компании. Существуют различные методы управления затратами, такие как стандарт-костинг, директ-костинг, учет затрат по работам (АВС), концепция управления затратами жизненного цикла (LCC), метод целевого калькулирования себестоимости и т.д. Каждый метод предполагает собой разный способ управления затратами, а также имеет как преимущества, так и недостатки. Нужно понимать, что не существует такого метода, который выполнял бы полный перечень необходимых функций и был универсален для любого предприятия. Поэтому рекомендуется использовать смешанные методы, объединяющие в себе несколько методов управления затратами.

Список литературы

1. Воронцова Ю.В., Корчагина А.П. Life Cycle Costing как система формирования затрат на НИОКР // Журнал «Вестник университета». – 2017.
2. Гаранина М.П. Управление затратами и ценообразование: учеб. пособие / М.П. Гаранина, О.А. Бабордина. – Самара: Самар. гос. техн. ун-т, 2018. – 154.
3. Демихов Д.Ю., Дмитриева А.В. Сходства и различия системы учета «Стандарт-кост» и отечественного нормативного учета производства // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – 2016.
4. Керимов В. Э. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отдельных отраслях производственной сферы: Учебное пособие. - 5-е изд. - М., 2019. - 384 с.
5. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 374 с.

Иванова К.О.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тулский филиал Финуниверситета

АУДИТ НАЛОГА НА ИМУЩЕСТВО ОРГАНИЗАЦИЙ

Аудит налога на имущество - это проверка правильности формирования налоговой базы по данному налогу, применения льгот, состояния расчетов с внебюджетными фондами, способов ведения учета и составления налоговой отчетности.

Целью аудита расчетов по налогу на имущество является установление соответствия порядка исчисления данного налога требованиям налогового законодательства.

Порядок исчисления налога на имущество установлен главой 30 НК РФ.

Налог на имущество организаций является для каждого региона своим. Устанавливая налог, законодательные (представительные) органы субъектов Российской Федерации определяют налоговую ставку в пределах, установленных указанной главой НК РФ, порядок и сроки уплаты налога.

При установлении налога законами субъектов Российской Федерации в порядке и пределах, которые предусмотрены НК РФ, могут устанавливаться особенности определения налоговой базы, налоговые льготы, основания и порядок их применения налогоплательщиками.

Налогоплательщиками налога признаются организации, имеющие

имущество, признаваемое объектом налогообложения в соответствии со статьей 374 НК РФ

Объектами налогообложения признаются:

недвижимое имущество (в том числе имущество, переданное во временное владение, в пользование, распоряжение, доверительное управление, внесенное в совместную деятельность или полученное по концессионному соглашению), учитываемое на балансе организации в качестве объектов основных средств в порядке, установленном для ведения бухгалтерского учета, в случае, если налоговая база в отношении такого имущества определяется в соответствии с пунктом 1 статьи 375 НК РФ, если иное не предусмотрено статьями 378 и 378.1 НК РФ. В целях главы 30 НК РФ иностранные организации, осуществляющие деятельность в Российской Федерации через постоянные представительства, ведут учет объектов налогообложения в порядке, установленном в Российской Федерации для ведения бухгалтерского учета;

недвижимое имущество, находящееся на территории Российской Федерации и принадлежащее организациям на праве собственности или праве хозяйственного ведения, а также полученное по концессионному соглашению, в случае, если налоговая база в отношении такого имущества определяется в соответствии с пунктом 2 статьи 375 НК РФ, если иное не предусмотрено статьями 378 и 378.1 НК РФ.

Налоговая база определяется как среднегодовая стоимость имущества, признаваемого объектом налогообложения, если иное не предусмотрено указанной статьей НК РФ.

Налоговая база в отношении отдельных объектов недвижимого имущества определяется как их кадастровая стоимость, внесенная в Единый государственный реестр недвижимости и подлежащая применению с 1 января года налогового периода, с учетом особенностей, предусмотренных статьей 378.2 НК РФ.

В случае, если объект недвижимого имущества, подлежащий налогообложению, имеет фактическое местонахождение на территориях разных субъектов Российской Федерации либо на территории субъекта Российской Федерации в отношении указанного объекта недвижимого имущества налоговая база определяется отдельно и принимается при исчислении налога в соответствующем субъекте Российской Федерации в части, пропорциональной доле балансовой стоимости объекта недвижимого имущества на территории соответствующего субъекта Российской Федерации.

Средняя стоимость имущества, признаваемого объектом налогообложения, за отчетный период определяется как частное от деления суммы, полученной в результате сложения величин остаточной стоимости имущества (без учета имущества, налоговая база в отношении которого определяется как его кадастровая стоимость) на 1-е число каждого месяца отчетного периода и 1-е число месяца, следующего за отчетным периодом, на количество месяцев в отчетном периоде, увеличенное на единицу.

Налоговые ставки устанавливаются законами субъектов Российской Федерации и не могут превышать 2,2 процента, если иное не предусмотрено статьей 380 НК РФ.

В отношении объектов недвижимого имущества, налоговая база в отношении которых определяется как кадастровая стоимость, за исключением объектов, указанных в пунктах 3.1 и 3.2 статьи 380 НК РФ, налоговые ставки устанавливаются законами субъектов Российской Федерации и не могут превышать 2 процента.

Допускается установление дифференцированных налоговых ставок в зависимости от категорий налогоплательщиков и (или) имущества, признаваемого объектом налогообложения.

Налоговые ставки, определяемые законами субъектов Российской Федерации в отношении железнодорожных путей общего пользования и сооружений, являющихся их неотъемлемой технологической частью, не могут превышать в 2017 году 1 процент, в 2018 году - 1,3 процента, в 2019 году - 1,3 процента, в 2020 и 2021 годах - 1,6 процента. Перечень имущества, относящегося к указанным объектам, утверждается Правительством Российской Федерации (постановление Правительства РФ от 23.11.2017 № 1421).

Порядок и сроки уплаты налога (авансовых платежей по налогу).

Порядок и сроки уплаты налога устанавливаются законодательными (представительными) органами субъектов Российской Федерации.

Для организаций, включенных на 01.03.2020 в соответствии с Федеральным законом от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства, и занятым в сферах деятельности, наиболее пострадавшим в условиях ухудшения ситуации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции, перечень которых определяется Правительством Российской Федерации, а также для организаций, включенных в реестр социально ориентированных некоммерческих организаций, получающих меры поддержки с учетом введения ограничительных мер в связи с

распространением новой коронавирусной инфекции, который ведется уполномоченным Правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти, в случае, если законами субъектов Российской Федерации предусмотрена уплата авансовых платежей по налогу, данные авансовые платежи подлежат уплате за первый квартал 2020 г. – не позднее 30.10.2020; за второй квартал 2020 г. – не позднее 30.12.2020.

Высшие исполнительные органы государственной власти субъектов Российской Федерации вправе в 2020 году издавать нормативные правовые акты, предусматривающие в период с «01» января до «31» декабря 2020 года (включительно) продление указанных сроков уплаты, а также продлевать сроки уплаты для отдельных категорий налогоплательщиков. При принятии таких нормативных правовых актов и установлении критериев определения этих категорий налогоплательщиков учитываются основные виды экономической деятельности, которые осуществляют налогоплательщики по состоянию на 1 марта 2020 года; данные, содержащиеся в реестрах, ведение которых осуществляет ФНС России, в налоговой или бухгалтерской (финансовой) отчетности. В случае определения указанных категорий на основе иных критериев уполномоченный орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации формирует соответствующий перечень налогоплательщиков с указанием их идентификационных номеров, который направляется в налоговый орган по субъекту Российской Федерации в электронной форме.

Список литературы

1. Налоги и налоговое право в схемах. / Под ред. А.В. Брызгалина – М.: Аналитика-Пресс, 2018.

Иванова Е.В.

Научн. рук.: докт. экон. наук, доц. Поляков В.А.

Тульский филиал Финуниверситета

ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГА КАК КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ РЫНКОМ И ЕГО ПЕРЕХОД

На данный момент маркетинг считается достаточно молодой наукой и сферой деятельности. Как считается, маркетинг появился в конце XIX – начало XX века. Именно в этот период маркетинг начинают преподавать в американских высших учебных заведениях, и перенасыщенность рынка делает эту деятельность востребованной и актуальной.

Методологию эффективного маркетинга на российских

предприятиях стали применять только в середине 90-х годов. Маркетинг как наука для отечественных предприятий — это совершенно новое направление, которое было внедрено в производство. Управленцы в ходе эволюции науки маркетинга разбирались в правильном понимании данного направления и формировали его суть с учетом особенностей локального менталитета. В статье сделан шаг к систематизации и обобщению существующих концепций маркетинга, которые прошли путь от традиционного маркетинга к новому маркетингу. Учёные-маркетологи предлагали большое количество разных определений маркетинга. Расхождения в понимании маркетинга объясняются разными подходами к его характеристике в методологии ученых-экономистов. Активное применение маркетинговых инструментов организациями различных видов и форм деятельности играет важную роль в современной рыночной экономике. Рыночная концепция предполагает глубокое знание рынка и способность применять современные маркетинговые методы и приемы для управления какой-либо ситуацией или адаптации к ней. Существуют различные подходы к определению понятия «маркетинг» (см. табл. 1).

Таблица 1 – Подходы к определению понятия «маркетинг»

| Автор подхода | Определение маркетинга |
|---------------|---|
| С. Джейн | Правильный продукт на правильном рынке |
| Б. Гудрич | Это процесс определения, предсказания и создания покупательских потребностей и желаний и организация всех ресурсов компании для удовлетворения их с большой общей прибылью для компании и потребителя |
| Е. Голубков | Социально-управленческий процесс, посредством которого индивидуумы и группа людей путем создания продуктов и их обмена получают то, в чем нуждаются |
| С. Безубцев | Установление взаимосоответствия между деятельностью потребителя, деятельностью продавца и деятельностью производителя |
| Ф. Котлер | Маркетинг - вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей людей посредством обмена |

Маркетинг как наука переживал разные этапы эволюции. Историческое развитие маркетинга способствовало созданию благоприятных условий для развития экономики в промышленно развитых странах. Благодаря маркетингу в развитых странах было создано большое количество рынков и сформировано большое количество потребностей (см. рис. 1).



Рисунок 1 – Историческое становление маркетинга (мировая тенденция - середина 20 века - начало 21)

Начиная с 1960-х гг., маркетинг заявляет о себе как об инструменте «долгосрочного планирования». Изначально маркетинг является лишь функцией, но со временем он все более и более расширяется, и уже только тогда становится рыночной концепцией управления производством. Маркетинговый план, как считали ученые-аналитики того времени, наиболее подходящее средство в период нестабильной окружающей среды, ключевой задачей которого считали создание спроса на продукты компании.

На этапе развития маркетинга появляется концепция маркетинг-микса, предложенная Э.Дж. Маккарти в 1960 году. Представленная маркетинговая концепция является одной из первых в развитии маркетинга, а также она тесно связана с формированием всевозможных технологий и инструментов управления маркетингом на различных предприятиях и в организациях, сегментированием рынка и позиционированием на нем товаров и услуг, которые применяются и в нашем современном этапе.

В 1970-1980 годы случился большой прирост конкуренции. Происходит становление «Стратегического маркетинга» - жить одним днем больше нельзя. Основная идея - это предвидеть позиции предприятия на уже сформированных рынках и выход на более новые рынки, и нельзя забывать о потребителях, потому что их запросы должны быть удовлетворены.

С 1980-1990 годы берет начало практика планирования и

управления. Маркетинг все в большей мере интересует лишь ключевые направления бизнеса, который пронзает все сферы деятельности организации. Мозг и душа организации – это здоровый маркетинг, который также является чувством и источником импульса, приводящего в движение организм организации и наполняющего ее жизненной энергией [4].

Становление маркетинга в период формирования «Феномена новой экономики» в 2000-х гг. и по настоящее время. Теперь мало знать потребителя, конкурентов, потребности и т.д. Нужно меняться с учетом новых возможностей и трендов окружающей среды.

Формирование отечественной маркетинговой концепции происходило совершенно иначе в связи с особыми экономическими условиями и тенденциями. (см. рис. 2). Первичное знакомство с направлением «маркетинг» в России состоялось хоть и с большим опозданием от зарубежных организаций. Первые труды по маркетингу начали издаваться во второй половине 70-х годов в бывшем СССР.



Рисунок 2 – Эволюция роли маркетинга в российских условиях

Исходя из различных подходов к определению маркетинга как рыночной концепции управления, можно сформулировать его цели и задачи (см. табл. 2 и рис. 3).

Таблица 2 – Цели маркетинга как концепции рыночного управления

| Цели маркетинга | Содержание цели |
|---|--|
| Достижение максимально возможного потребления | Многие руководители бизнеса считают, что цель маркетинга - способствовать максимально возможному потреблению и стимулировать его, что, в свою очередь, создает условия для максимального роста производства, занятости и богатства |
| Достижение максимальной потребительской удовлетворенности | Это преимущество, которое достигается посредством изучения потребительских предпочтений и максимального их удовлетворения. За всем этим стоит утверждение, что чем больше люди покупают и потребляют, тем счастливее становятся |
| Предоставление максимально широкого выбора товаров и услуг | Необходимо предоставить потребителю возможность найти продукты, которые наилучшим образом соответствуют их вкусу и позволяют им получить наибольшее удовлетворение |
| Максимальное повышение качества жизни, в том числе за счет цифровизации экономики | Реализация данной цели должна основываться на наличии определенного уровня качества, разнообразного ассортимента товаров, их доступности по цене, послепродажном и сервисном обслуживании |

Маркетинг как концепция управления рынком имеет следующие задачи. (см. рис. 3).

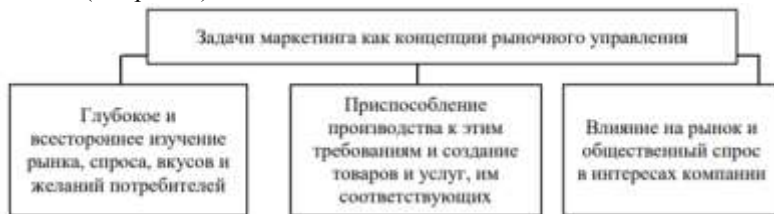


Рисунок 3 – Задачи маркетингового управления рынком

Роль маркетинга в экономике должна заключаться в сбалансировании производства и спроса на товары и услуги. Маркетинговая стратегия должна быть направлена на создание разнообразного ассортимента товаров, благоприятного внешнего вида продукта, на эффективное продажное и послепродажное обслуживание. Это должно привести к созданию «приверженности» покупателя к торговой марке.

Маркетинг — это наука, которая повышает эффективность решений в различных направлениях работы организации. Данное направление позволяет найти инструменты для смягчения и устранения перепроизводственных кризисов, позволяет обеспечить взаимосвязь между спросом и предложением [5].

Изменение внешней среды организации привело к изменениям в традиционной маркетинговой деятельности, которая предполагала

профессиональное использование классического набора маркетинговых инструментов.

Маркетинг обеспечивает компаниям конкурентное преимущество, поскольку именно это им и нужно делать, чтобы завоевать лояльных клиентов.

Компании добиваются этого, убеждая потенциальных клиентов в том, что их продукт - это самое близкое, что удовлетворяет их потребности и желания, и делают это последовательно, в результате чего лояльный клиент начинает покупать у них, не оглядываясь на конкурентов.

Список литературы

1. Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс. М. : Издательство Юрайт, 2019. 474 с.
2. Голубков Е.П. Основы маркетинга. М. : Финпресс, 1999. 656 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. СПб. : Питер, 2006.
4. Виханский О.С. Стратегическое управление. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Гардарики, 1999. 296 с. 5. Самсонова Е.В. Адаптивный маркетинг и его применение на промышленных предприятиях : дисс. ... канд. экон. наук. Волгоград, 2006.
6. Котлер Ф. Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее - к человеческой душе. М. : Эксмо, 2018. 761 с.
7. Карпова С.В. Современный маркетинг: эволюция или революция // *Управленческие науки в современной России*. 2014. Т. 2. № 2. С. 20-24.
8. Романцев А.Н. Event-маркетинг: сущность и особенности организации. М.: Дашков и К, 2013. 116 с.
9. Третьяк О.А. Маркетинг: новые ориентиры модели управления. М.: ИНФРА-М, 2005. 403 с
10. Erevelles S., Fukawa N., Swayne L. Big Data consumer analytics and the transformation of marketing // *Journal of Business Research*. 2016. Т. 69. № 2. С. 897-904.
11. Napenciuc C. V., Pinzaru F., Vatamanescu E. M., Stanciu P. Converging sustainable entrepreneurship and the contemporary marketing practices. an insight into Romanian start-ups // *Amfiteatru Economic*. 2015. Т.17. № 40. С. 938-954.
12. Peculiarities of Using Neuromarketing as a System of Knowledge in the Modern Economy / Zaytsev G., Vlasova M. A., Semenova E. M., Yushkova O. O., Zvereva T. V. // *Perspectives on the Use of New Information and Communication Technology* / Popkova E. G., Ostrovskaya V. N., 2019. – С. 166-172.

Иванова К.О.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Шелобаева И.С.

Тулский филиал Финуниверситета

НРАВСТВЕННЫЕ ОСНОВЫ ПРОФЕССИИ «БУХГАЛТЕР»

Бухгалтерский учет не имеет смысла и силы, если он не является достоверным. Более того, его ведет человек и, как во всякой сфере человеческой деятельности, существуют определенные угрозы достоверности, связанные не столько с профессиональным знанием, но с угрозами нравственного характера. Тема нравственности и нравственного воспитания всегда стояла особенно остро и не является окончательно разрешенной, а, следовательно, остается актуальной до сих пор.

Уровень нравственности зависит от уровня общей сознательности общества и нравственной обстановки, так как профессиональная нравственность очень тесно связана с индивидуальной моральной составляющей [2].

Впервые в России слова «бухгалтер» и «аудитор», которые тогда были непонятными, появились в 1710 году в газете «Ведомости о военных и иных делах». Тогда же было предложено другое название счетной профессии – «книгодержатель», которое не прижилось. Присяга российских чиновников содержала основную идею добросовестности и правильности внесенных данных в регистры и была утверждена в период завершения царствования первого российского императора. Эта присяга как раз и касалась таких профессионалов, как бухгалтеры и аудиторы. На крупных предприятиях они были обязаны приносить такую присягу. Среди бухгалтеров начали встречаться дворяне уже к концу следующего века.

Лука Пачоли, произведение которого является для бухгалтеров основным, описывал процедуру учета и проверки, в которую входили не только такие понятия как хронология, систематика, отчетность, ясность, относительность, двойственность, но также и моральная заповедь. У Л. Пачоли бухгалтером может работать только абсолютно честный человек, который следует требованиям Нагорной проповеди Иисуса Христа.

После открытия Колумбом Вест-Индии в Италии начали появляться и активно развиваться крупные морские товарищества, то есть собственник собирал деньги, затем покупал корабли, приобретал различные товары, нанимал экипаж и отправлялся в экспедицию за океан, причем доходность от некоторых таких предприятий могла исчисляться тысячей процентов. Поэтому наличие в ней

квалифицированного бухгалтера являлось необходимым, без него невозможно было провести процедуру исчисления и распределения прибыли. Причем в этом случае бухгалтера выбирали не только исходя из профессиональных умений, но и из морально-этических качеств, которые Л. Пачоли называл качествами «абсолютно честного человека». Описанные им качества объединяются в такое сложное понятие как «совесть».

Многими русскими философами, такими как Булгаков, Флоренский, Ильин, были предприняты попытки определения понятия совести и обсуждения проблематики совести. Однако Ильиным при проведении исследований начала совести была упомянута профессия бухгалтера.

В Риме в ноябре 2014 года прошел Международный конгресс бухгалтеров, где, выступая перед участниками, Папа Римский Франциск I говорил о значении совести, в очередной раз указывая на тот факт, что профессия бухгалтера заключается в том, чтобы служить обществу, то есть у бухгалтера априори не должно возникать искушение превозносить собственные интересы, забывая об общественном благе, ведь у бухгалтера должно иметься понимание, что за каждым подтверждающим документом стоят события, люди. Именно поэтому нельзя относиться к своей профессии, как к чему-то у чего нет связи с душой. Следует отметить, что это не первое выступление католической церкви перед бухгалтерским и аудиторским сообществом.

Рассмотрение профессиональных ценностей должно начинаться с рассмотрения общечеловеческих, национальных (групповых, организационных) и личных ценностей, так как профессиональные ценности, по сути, являются их продолжением. При этом формирование общечеловеческих ценностей осуществляется в процессе социализации, а профессиональных - в процессе получения образования или же непосредственно профессиональной деятельности.

Профессия бухгалтера связана с необходимостью действий во время возникновения конфликта интересов, и с тем, что деятельность бухгалтера носит публичный характер, который заключается в следовании общественным интересам. Следовательно, нет ничего удивительного в существовании этических кодексов, где указано, что бухгалтер берет на себя обязательство тщательно и квалифицированно осуществлять выполнение указаний клиента, однако в той мере, в которой они соответствуют требованиям честности, объективности и независимости. Таким образом, базовым принципом этичного поведения для бухгалтера является принцип независимости.

Существует IES 4 - образовательный стандарт, который посвящен профессиональным ценностям и этике. Это говорит о том, что воспитание, привитие этических норм может и должно быть продолжено во время обучения. В стандарте дисциплина «Профессиональные ценности и этика» вовремя предквалификационной подготовки является обязательной.

Стандарты профессионального образования по специальности «Бухгалтер» в России ставят достаточно конкретные цели, однако способы реализации этих целей не являются достаточно четкими [1]. В первую очередь, потому что они сопряжены с тем, что быстро получить результат невозможно, а также с тем, что воспитание уже сформировавшейся личности с уже имеющимся набором характеристик является сложной задачей.

Таким образом, знакомство с этическими нормами в своей профессии, изучение кодекса профессиональной этики является неотъемлемой частью образовательного процесса.

Список литературы

1. Кодекс этики профессиональных бухгалтеров - членов ИПБ России. Утвержден решением Президентского совета Института профессиональных бухгалтеров и аудиторов России. Протокол N 09/-07 от 26.09.2007 (в ред. от 12.12.2012, протокол № 12/12) [Электронный ресурс] // URL: // <http://www.consultant.ru/>
2. Миславская Н.А. Психологические аспекты профессиональной деятельности бухгалтера // Аудитор. 2016. № 6. С. 50-56.

Исаева Д. Д

Научн. рук.: канд. техн. наук. доц. Городничев С.В

Тульский филиал Финуниверситета

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МОЛОДЁЖИ НА РЫНКЕ ТРУДА

В современной России лица молодого возраста, или молодежь, составляют значительную часть социально-демографической структуры общества. В совокупности на долю молодежи приходится 28,7 млн. чел. или 19,7% от общей численности населения страны

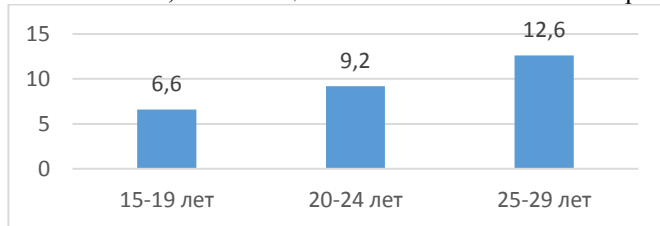


Рисунок 1- Численность молодёжи в возрасте от 15 до 29 лет

Молодёжь России – это кадровый потенциал, определяющий будущее страны. Молодежь является перспективной категорией населения, но в то же время именно молодежь обладает высоким уровнем уязвимости. Молодому поколению присущи такие качества, как высокая степень мобильности, работоспособность и легкая обучаемость.

В большинстве случаев, молодые работники желают найти ту работу, которая бы удовлетворяла их потребностям. Но для многих нет возможности быть безработным в связи со многими жизненными факторами. И по этой причине, молодежь часто устраивается на работу для получения хотя бы минимального уровня доходов. И вследствие этого, работодатели часто пренебрежительно относятся к молодым специалистам: устанавливают низкую заработную плату, не выплачивают премии, предъявляют завышенные требования к работникам. Трудности трудоустройства молодежи, с одной стороны, могут рассматриваться как здоровое явление в обществе, позволяющее молодым работникам аккумулировать свои возможности и совершенствоваться в профессиональной сфере, где существует высокая конкуренция молодых кадров. Но при этом, с другой стороны, наличие этого факта в жизни общества является ярким индикатором, который показывает, что необходимо находить решение данной проблемы.

Следует помнить, что конкурентоспособность работника базируется на основе непрерывного образования и включает несколько этапов:

Первый этап – домашнее воспитание. В этот период усваиваются основные принципы отношения к делу (дисциплинированность, исполнительность, настойчивость в достижении цели и т.п.) и взаимоотношений с другими людьми (уважительность, готовность к диалогу, лидерство и др.), происходит овладение некоторыми знаниями об окружающем мире, происходит умственное и физическое развитие, формируется интерес к определенным видам деятельности.

Второй этап – дошкольное образование. На этом этапе происходит овладение знаниями, необходимыми для последующего успешного обучения в школе, развитие творческих способностей, навыков самостоятельного поиска решений, закладываются основы социализации. Гибкость и многообразие форм дошкольного образования обеспечивает поддержку и развитие потенциала ребенка.

Третий этап – общее образование. На этом этапе решаются задачи формирования общей культуры личности, ее интеграции в жизнь общества. И главное – осуществляется ранняя профориентация:

закладываются основы для осознанного выбора профессии и программ профессиональной подготовки.

На конкурентоспособность студентов и выпускников вузов оказывают влияние следующие процессы, влияющие на содержание и характер труда:

- изменение функций труда, рост значения универсализации труда и его комбинирования;
- уникализация труда, появление профессий, требующих от работников высокой квалификации и предоставляющих возможности для постоянного профессионального самосовершенствования;
- изменения в структуре квалификационного комплекса, превалирование знаний над навыками и умениями, зависящими от опыта работы;
- изменение уровня и структуры напряженности труда (на смену физической нагрузке приходит нервно-психическая).

По итогам 1 квартала 2020 года на сайте поиска работы hh.ru ежедневно в среднем было доступно более 37 тысяч вакансий начального уровня и более 468 тысяч резюме молодых специалистов. На долю вакансий для молодежи приходится в среднем 7% всех вакансий.

Уровень безработицы в России среди молодых специалистов 20–24 лет в декабре 2019 года составил 15,1%. По сравнению с 1 кварталом 2019 года, количество стартовых вакансий, размещенных на hh.ru, в 1 квартале 2020 уменьшилось на 34%, а прирост резюме составил 2%.

Средний конкурс молодых специалистов при трудоустройстве в 1 квартале 2020 года составил 13 человек на одну вакантную должность.

По данным Росстата, уровень безработицы среди молодежи 15–19 лет в конце 2019 года составил 22,1% (в 4,7 раз выше общего уровня безработицы), а среди молодежи 20–24 лет — 15,1% (в 3,2 раза выше общего уровня безработицы).



Рисунок 2- Рейтинг вакансий среди работодателей

Среди вакансий, предложенных работодателями, на первом месте по популярности располагается должность менеджера по продажам (1,8%), сразу за ним идет продавец-консультант (1,5%).

Таким образом, необходимо отметить, что в каждом вузе должна проходить качественная работа по формированию качеств конкурентоспособной личности, наиболее востребованных на рынке труда с учетом особенностей специальности. Особенно сейчас в условиях перехода системы образования на стандарт третьего поколения, образовательные программы помимо формирования профессиональных компетенций должны быть направлены на воспитание конкурентоспособности молодежи.

Список литературы

1. Рацлаф А. А., Седова А. В. Молодежная безработица // Молодой ученый. 2015. №11. С. 959.

2. Уровень безработицы по возрастным группам в РФ// Федеральная служба государственной статистики URL: www.gks.ru (дата обращения 17.05.2021 г.)

Исаева Д. Д

Научн. рук.: докт. экон. наук. доц. Поляков В.А.

Тульский филиал Финуниверситета

EVENT-МАРКЕТИНГ: СУЩНОСТЬ И ЗАДАЧИ

В наше время рынок товаров и услуг переполнен множеством различных предложений. В условиях большой конкуренции становится все сложнее привлечь потребителя простыми рекламными сообщениями. Вследствие этого, продумаются и создаются новые подходы в продвижении.

Организации, привыкшие использовать стандартный набор техник продвижения таких, как реклама в СМИ, спонсорство и т.д. уже не успевают соответствовать современным тенденциям рынка, при том, что потребности целевых потребителей стремительно меняются.

Актуальность раскрываемой темы заключается в том, что целевые потребители стали меньше обращать внимания на рекламу и научились от нее защищаться. Event-маркетинг стимулирует полноценное раскрытие имиджа марки/ бренда, а также помогает оставить яркий след в памяти потребителей.

Экспертная комиссия Ассоциации коммуникационных агентств России опубликовала результаты своего исследования, где говорится, что общий объем рынка маркетинговых коммуникаций в 2018 году составил 418 млрд руб., из них доля ATL составила 327,8 млрд руб., а оставшиеся 90,6 BTL.

Лишь только 15% бюджета BTL составляет доля российского event-рынка, что составляет 13.6 млрд.рублей. Стоит заметить, что данный рынок увеличивается быстрыми темпами, так в 2005 году эта сумма составляла только 2.2 млрд. Наиболее крупные организации, имеющие оборот 1,5 млрд.руб имеют менее чем по 2% рынка. Основываясь на расчеты ВТБ-Капитал рынок BTL будет небольшими темпами увеличиваться и уже к 2025 году примет отметку в 150 млрд. рублей, доля event-сферы в свою очередь составит 24 млрд.

Благодаря верно подобранному и качественно организованному событию, потенциальный покупатель погружается в состояние радости и счастья. В event-сфере все можно увидеть, услышать, почувствовать, потрогать, попробовать на вкус, ощутить аромат и погрузиться в атмосферу. Главная задача проведения событийных мероприятий заключается в соединении в целостное событие времени, места и атмосферы. Внешней оболочкой маркетингового сообщения является не информация, а передаваемые эмоции и новые ощущения, которые обязательно запомнятся и будут ассоциироваться с предметом рекламы на подсознательном уровне.

Event-marketing дословно переводится как событийный маркетинг и представляет собой продвижение товаров и услуг с помощью представления брендов компании в ходе какого-либо яркого события. Таким образом, одним из самых популярных и прогрессивно развивающихся направлений event-маркетинга является организация интересных запоминающихся событий в деловой жизни.

В современных условиях стали набирать популярность бизнес-выставки. Суть выставок заключается в том, что каждый бренд в ходе мероприятия имеет возможность показать себя, встретиться со своими потенциальными потребителями. Выбрав верную концепцию, бренд обретает яркий, неповторимый имидж и верных клиентов.

Одним из самых известных событийных мероприятий в сфере бизнеса является Фестиваль франшиз. Это одно из самых крупных событий в области франчайзинга в России и странах СНГ. За многие годы работы мероприятие завоевало статус по-настоящему результативной площадки для взаимодействия компаний с потенциальными франчайзи со всей России и других стран. Фестиваль Франшиз представляет собой насыщенную программу, встречи с уникальными целевыми посетителями, а так же тысячи сделок.

Участие в выставке – это эффективный канал продаж, а также показатель престижа и стабильности компании. Участвуя в выставке, компания может найти и познакомиться со своими потенциальными

потребителями и конкурентами, открыть для себя тенденции развития рынка.

После проведенного в 2019 году фестиваля можно наблюдать следующую статистику:

Фестиваль за 3 дня принял более 4500 посетителей, 74% из них – это потенциальные франчайзи и инвесторы. Фестиваль проходит по всей стране, среди лидеров-площадок для проведения можно выделить Москва и МО(53%), Центральный ФО (19%), Приволжский ФО (8%).

На графике можно наблюдать популярные отрасли франчайзинга, представленные компаниями в процентном соотношении:

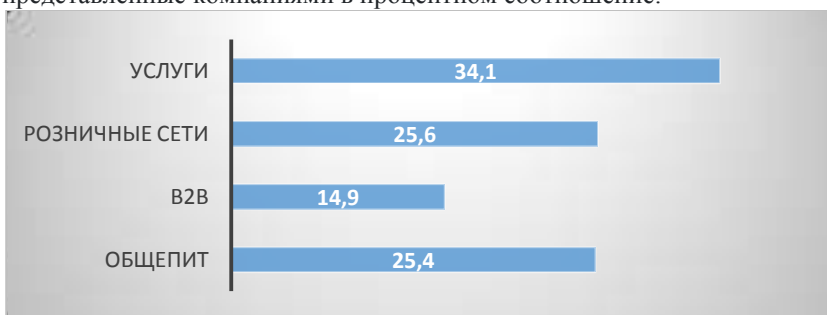


Рисунок 1-Отрасли франчайзинга по популярности

Инвестиционный потенциал посетителей фестиваля получил разброс от 1 до 15 млн.руб. (Рисунок 2)

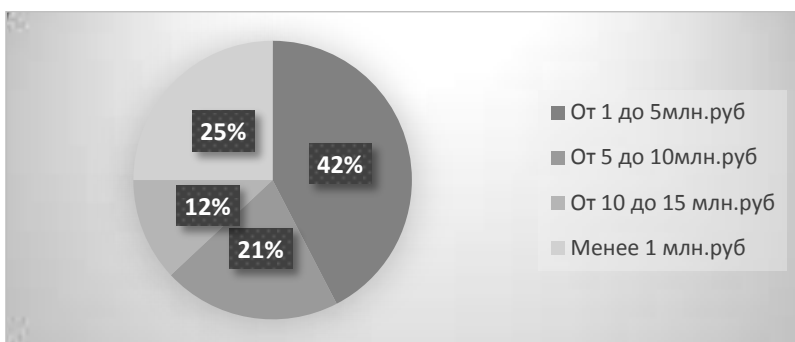


Рисунок 2-Инвестиционный потенциал посетителей

Каждый бренд исключительно персонален, так как все вызывают определенные эмоции, перерастающие в чувства. В качестве посреднической сферы можно считать оказание услуг или сферу розничной торговли, соприкасающуюся с брендом, но

непосредственно за персональную вовлеченность в бренд достигается именно за счет определенных мероприятий, которыми занимается event-маркетинг.

Список литературы

1. Баксанский О.Е. Технологии манипуляции массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. М. Ленанд, 2017. 224с.

2. Румянцев Д., Франкель Н. Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий. СПб., 2018

Кабанова А.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефедова С.В.

Тулеский филиал Финуниверситета

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ В ОПТОВОЙ И РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Неотъемлемым элементом товарного хозяйства является рынок, как совокупность конкретных экономических отношений и связей по поводу движения товаров и денег между покупателями и продавцами, а также между торговыми посредниками.

Торговля – специализированная активность людей, объединенная с осуществлением актов купли-продажи и представляющая собой совокупность своеобразных научно-технических и хозяйственных операций, направленных на обслуживание хода обмена.

На основании Федерального закона от 28 декабря 2009 г. N381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» «Торговая деятельность (также – торговля) – вид предпринимательской деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров».[1]

Главным предметом бухучета в торговле является товар. Оттого в составе хозяйственных операций торговых организаций доминируют товарные операции.

Торговля делится на внешнюю и внутреннюю. Внутренняя, в свою очередь – на торговлю оптовую и розничную. Оптовой торговлей реализуются товары для профессионального использования или последующей перепродажи. Розничной – для личного или домашнего пользования. Субъектами торговли могут быть юридические лица и индивидуальные предприниматели, занимающиеся торговлей и зарегистрированные в установленном порядке.

Все хозяйствующие субъекты Российской Федерации должны вести бухгалтерский учет. Множество видов, образов предприятий торговли, огромный список реализуемых товаров, торговых услуг устанавливают особенности компании бухгалтерского учета на

осматриваемых предприятиях.[2]

Главные задачи бухгалтерского учета торговых фирм:

- 1) контроль и учёт товаров и их сохранностью;
- 2) учет состояния товарных запасов и производительности их использования;
- 3) своевременное предоставление руководству компании информации о заработанной прибыли.
- 4)осуществлять и регулировать расчетные взаимоотношения с дебиторами и кредиторами;
- 5)выполнять в срок и предоставлять в государственные контролирующие органы полный и точный баланс, другую финансовую отчетность организации.

Объект бухгалтерского учета в торговых организациях, являются: товары, поэтому бухгалтерия торговой организации обязана обеспечивать полный учёт прибывающих товаров и вовремя отражать операции, которые связаны с уходом.

Как выше было описано, торговля, и бухгалтерский учет в ней, стандартно имеет два вида:

- оптовая торговля;
- розничная торговля;

Отличие между ними заключается в объемах продаваемой продукции. Розничные продажи предполагают маленькие партии или единичные товары, чаще всего необходимы для личных нужд населения. Оптовая торговля пользуется крупными партиями.

То есть присутствует и разница в бухгалтерском учёте. Нужно учитывать, что в розничной торговле сделку совершает сама организация, т.е продавец и физическое лицо, т.е покупатель. А в оптовой торговле товар/продукцию приобретают юридические лица и индивидуальные предприниматели. Так же различие есть и в способе оплаты приобретенных товаров. В первом варианте используется наличный расчёт, а во втором — безналичный. И эти все нюансы нужно учитывать при ведении бухгалтерского учёта.

Согласно Федеральному закону от 28 декабря 2009 г. N381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» «Розничная торговля - вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности».[1]

Розничная торговля осуществляет товарное обращение между производителями товаров и их потребителями. Взаимодействие между продавцом и покупателем выстраиваются на основе договора:

«розничной купли – продажи». Этот договор заключается в устной форме, значится публичным и подтверждается товарным чеком.

Публичным этот договор является в случае, если договор заключён коммерческой организацией, определяющий ее прямые обязанности по продаже продукции. Согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N51-ФЗ (ред. От 09.03.2021) Статья 426 «Публичный договор» п.1 установлено, что: «Публичным договором признается договор, заключенный лицом, осуществляющим предпринимательскую или иную приносящую доход деятельность, и устанавливающий его обязанности по продаже товаров, выполнению работ либо оказанию услуг, которые такое лицо по характеру своей деятельности должно осуществлять в отношении каждого, кто к нему обратится».[3] «В публичном договоре цена товаров, работ или услуг должна быть одинаковой для потребителей соответствующей категории. Иные условия публичного договора не могут устанавливаться исходя из преимуществ отдельных потребителей или оказания им предпочтения, за исключением случаев, если законом или иными правовыми актами допускается предоставление льгот отдельным категориям потребителей».[4]

Так же следует учитывать, что учет в розничной торговле сложнее тем, что если организация, занимающаяся розничной торговлей, учитывает товары по продажным ценам, для обобщения информации о торговых наценках (скидках, накидках) на товары используется счет 42 «Торговая наценка» (Приказ Минфина от 31.10.2000 № 94н). Проводки в розничной торговле по формированию наценки состоят из записи по дебету счета 41 и кредиту счета 42. [5]

Учет в рознице можно вести двумя способами: первый способ аналогичен учету товаров при оптовой торговле, а при втором способе учета нужно применять счет 42 «Торговая наценка».

Пример проводок для розничной торговли.

Поступление/закупка товаров:

| Дт | Кт | Хозяйственная операция |
|----|----|---|
| 41 | 60 | покупка товаров у поставщика. |
| 19 | 60 | выделили НДС. |
| 41 | 60 | отразили прочие затраты, которые увеличивают себестоимость приобретенного товара. |
| 41 | 42 | показали торговую наценку. |

Продажа товаров:

| Дт | Кт | Хозяйственная операция |
|------------|----|---|
| 50(или 62) | 90 | показали выручку от реализации товара покупателю. |

| | | |
|----|----|--|
| 90 | 68 | начислили НДС с продажи. |
| 90 | 41 | списали учетную стоимость товаров. |
| 90 | 42 | минусовать торговую наценку. |
| 90 | 44 | учли расходы на продажу товаров. |
| 90 | 99 | выявили финансовый результат от продажи товаров. |

Согласно Федеральному закону от 28 декабря 2009 г. N381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» «Оптовая торговля - вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в предпринимательской деятельности (в том числе для перепродажи) или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием;»[1]

Оптовая торговля — передача товарно-материальных ценностей (ТМЦ) за оплату от производителя (продавца) иному продавцу для следующей розничной реализации. Осуществляется большими партиями, как принято, по более меньшей цене, чем в рознице.

Главная задача деятельности оптовой организации, является получение прибыли.

Так же как и в розничной торговле, у оптовой есть свои недочеты на которые бухгалтерам следует обратить внимание.

Чем более масштабы работы фирмы, тем больше возможность появления сложностей при осуществлении учета.

Все операции с товарами отражаются проводками.

Приобретение товаров:

| Дт | Кт | Хозяйственная операция |
|----|----|-----------------------------|
| 41 | 60 | товары купили у поставщика. |
| 19 | 60 | выделили НДС. |

Продажа товаров:

| Дт | Кт | Хозяйственная операция |
|----|----|---|
| 62 | 90 | показали выручку от реализации товара покупателю. |
| 90 | 68 | начислили НДС с продажи. |
| 90 | 41 | списали себестоимость товаров. |

Внутреннее перемещение:

| Дт | Кт | Хозяйственная операция |
|----|----|--|
| 41 | 41 | перевезли товар с одного склада организации на другой. |

Брак:

| Дт | Кт | Хозяйственная операция |
|----|----|--|
| 94 | 41 | обнаружен на складе бракованный товар. |

| | | |
|----|----|---|
| 44 | 94 | списали потери товара в пределах норм естественной убыли. |
| 91 | 94 | списали потери сверх норм естественной убыли. |
| 73 | 94 | потери по браку отнесли на виновное лицо. |

Из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что товар – это имущество, которое предназначено для реализации. Приобретение, хранение, реализация товаров в торговой фирме должны быть строго регламентировано сопровождающими документами.

Список литературы

1. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 28.12.2009 N381-ФЗ. СПС КонсультантПлюс.

2. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: федер. закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 26.07.2019). СПС КонсультантПлюс.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч.1 [Электронный ресурс]: федер.закон от 30.11.1994 N51-ФЗ (ред. От 09.03.2021). СПС КонсультантПлюс.

4. О внесении изменений в часть первую Гражданского кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер.закон от 08.03.2015 N 42-ФЗ. СПС КонсультантПлюс

5. Приказ Минфина от 31.10.2000 № 94н

6. Соснаускене О.И. Бухгалтерский учет в оптовой и розничной торговле: Научная книга, 2018. 427 с.

7. Лукин Е.Е. Оптовая и розничная торговля. Бухгалтерский учет и налогообложение: Научная книга. М.: Юстицинформ, 2007. 216 с.

Кальмбах А.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Медведева Т.В.

Тульский филиал Финуниверситета

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РОССИЙСКОГО БЮРОКРАТИЗМА

За последние 15 лет реализации реформ российская бюрократия изменилась и укоренилась в влиянии на жизнь страны, обрела различные формы способов защиты и распространению собственных интересов при изменившихся условиях в экономической и политической сферах. Стоит заметить, что за этот период отношение народа к бюрократическому слою существенно не изменилось, а даже стало ещё более негативным [1].

Вопросы коррумпированности власти и неэффективности её деятельности становятся актуальными каждый раз при обновлениях и изменениях в общественной и политической жизни. Как и 20 лет назад, во время перестройки Горбачева, так и по времена мер,

реализуемых при Ельцине, так и на сегодняшний день в обществе укоренилось крайне негативное, антибюрократическое отношение населения к определенным слоям власти, о чем свидетельствуют данные исследования, проведенные Социологическим институтом [2].

При этом, стоит обратить внимание на то, что вместе с необходимостью лимитировать влияние бюрократии на общественную и политическую жизнь, население также нуждается в сильном государстве, способном обеспечить порядок и справедливость. В связи с чем наблюдаются двойные взгляды граждан России на бюрократический аппарат. Многие россияне признают бюрократический слой в роле своеобразного связующего социального характера, который является фундаментом государственного аппарата, хотя и не приравнивают государство и чиновничество [1].

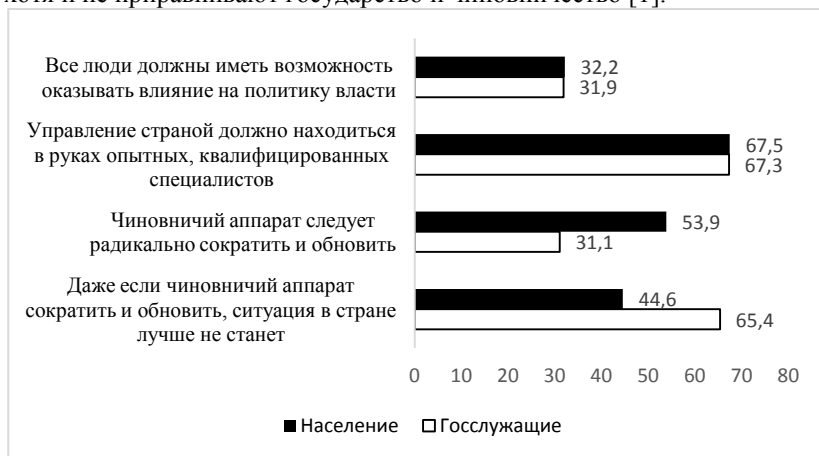


Рисунок 1 – С каким из нижеперечисленных утверждений Вы больше всего согласны? (в %)

Обращаясь к результатам исследования (рисунок 1), можем заметить, что большая часть опрошенных россиян, а именно более 67 процентов уверена, что руководить страной должны опытные и квалифицированные специалисты. Этой позиции склонны придерживаться как обычные граждане, так и представители государственной службы. Только треть участников опроса считает, что руководить страной должно общественное самоуправление. Более 50% россиян считают, что бюрократический аппарат необходимо существенно сократить [3].

Среди россиян выше все чиновничество, «надменная каста», как в свое время назвал этот слой президент Российской Федерации

Владимир Путин в послании Федеральному Собранию РФ, вызывает крайне негативное отношение. В большей степени россияне негативно относятся ко взаимоотношению высшей бюрократии и лидерами российского бизнеса. Главный фактор торможения модернизации страны и ограничения выхода России на путь устойчивого развития, опрошенные считают альянс элиты, находящейся у власти и капитала олигархического слоя [4].



Рисунок 2 – Что, на Ваш взгляд, прежде всего, препятствует быстрому экономическому росту России? (в %)

Именно поэтому на вопрос о факторах, препятствующих развитию России (рисунок 2), около половины опрошенных отмечают чрезмерную коррупционированность представителей власти. Представители государственной службы, участвующие в опросе, а именно более 35 процентов, так же ставят эту проблему на первую позицию [3].

Примечательно, что большинство граждан России предпочитают различать представителей государственной службы и бюрократического аппарата. Также многие различают понятие власти и государства. В таблице 1 наглядно подставлены результаты ответов на вопрос «Каково Ваше отношение к понятиям «власть» и «чиновничество»?». Граждане России весьма позитивно откликаются о государственных служащих и о государства, а вот власть и

чиновничество вызывают крайне негативные отзывы. Обращим внимание, что среди государственных служащих доля тех, кто негативно относится к понятию «чиновники», они предпочитают, чтобы их представителей называли только государственными служащими [4].

Таблица 1 – Каково Ваше отношение к приведенным ниже понятиям? (в %)

| Госслужащие | | Понятия | Население | |
|-------------------|-------------------|--------------------------|-------------------|-------------------|
| Скорее позитивное | Скорее негативное | | Скорее позитивное | Скорее негативное |
| 94,9 | 5,1 | Государство | 84,3 | 15,7 |
| 78,6 | 21,4 | Власть | 49,5 | 50,5 |
| 47,5 | 52,5 | Чиновничество | 11,2 | 88,8 |
| 87,5 | 12,5 | Государственные служащие | 56,7 | 43,3 |

Стоит отметить, что несмотря на негативное отношение россиян к бюрократическому аппарату, граждане не предпочитают излишне демонизировать данный слой представителей власти. Однако не все граждане России могут с уверенностью сказать, что абсолютно вся власть принадлежит исключительно Президенту страны и другим федеральным органам власти. Население страны склонно считать, что в настоящее время власть в стране распределена между федеральной властью, бюрократией и олигархией. Около 30% опрошенных уверены, что власть принадлежит президенту и иным органам федеральной власти. Такое же количество опрошенных считают, что власть принадлежит бюрократии и более 30% склонны считать, что власть принадлежит представителям олигархии [3].

Представители государственной службы склонны считать, что власть принадлежит исключительно президенту, парламенту и правительству [3].



Рисунок 3 - В чьих руках, по Вашему мнению, находится власть в России? (в %)

Практически все опрошенные сошлись во мнении о том, что население страны на практике не оказывает абсолютно никакого влияния на деятельность власти в стране.

Обратим внимание на то, что многие граждане России считают, что Президент РФ значительно уступает представителям бюрократического аппарата в вопросах влияния на экономическую жизнь страны. А именно в тех вопросах, в которых соприкасаются интересы бюрократии и бизнеса. Чуть более 40% опрошенных считают, что Владимир Путин имеет решающее мнение, по сравнению с представителями бюрократии и имеет наибольшее влияние на политическую жизнь. Доля тех, кто считает, что такое же влияние президент страны оказывает и на экономическую сферу достигает лишь 18%. Представители государственной службы аналогичным образом распределили свои ответы [3].

Таблица 2 – Как Вы считаете, чье влияние на экономическую и политическую жизнь страны больше – президента или бюрократии? (в %)

| | На экономическую жизнь | | На политическую жизнь | |
|-------------------------------|------------------------|-------------|-----------------------|-------------|
| | Население | Госслужащие | Население | Госслужащие |
| Президента страны | 18,3 | 26,1 | 42,8 | 52,9 |
| Бюрократии | 45,4 | 27,6 | 19,9 | 6,2 |
| Их влияние примерно одинаково | 36,3 | 46,3 | 37,3 | 40,9 |

Таким образом, исходя из данных социологического опроса о влиянии бюрократического слоя на общественную, экономическую и политическую сферу жизни страны, можно выделить возросшее беспокойство как населения, так и представителей государственной службы о неэффективности бюрократического аппарата и его чрезмерной громоздкости, а также обеспокоенность касается тотальной коррумпированности и соединение с криминалом.

Список литературы

1. Хасбулатов Р.И. "Бюрократия тоже наш враг...": Социализм и бюрократия / Р.И. Хасбулатов. - М.: Издательство политической литературы [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001509650> (дата обращения: 23.03.21)

2. Кузнецова Е.Е. Проблема борьбы с бюрократизмом в системе государственного управления / Историческая и социально-образовательная мысль [Электронный ресурс] Режим доступа:

<https://cyberleninka.ru/article/n/problema-borby-s-byurokratizmom-v-sisteme-gosudarstvennogo-upravleniya/viewer> (дата обращения: 23.03.21)

3. Портал «Системно-векторная психология», статья «Бюрократия в России: управиться с самоуправством» [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.yburlan.ru/biblioteka/byurokratiya-v-rossii-upravitsya-s-samoupravstvom> (дата обращения: 23.03.21)

4. Сайт «Института социологии, федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук», статья «Бюрократия и власть в новой России: позиции населения и оценки экспертов [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.isras.ru/analytical_report_bureaucracy_1.html (дата обращения: 23.03.21)

Канаева Е.М.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефедова С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ПОНЯТИЕ И СОСТАВ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

На сегодняшний день идет процесс активного развития и совершенствования рыночного хозяйства, а также изменения в деятельности экономических агентов. Хозяйствующих субъектов становится все больше и больше с каждым днем, растет конкуренция. Именно поэтому для организации жизненно важно производить анализ и оценку своих преимуществ, угроз и перспектив.

В связи с этим, при выборе более совершенной стратегии развития организации особое место имеет информационная база. Подобная информация обязана наиболее полно передавать фактическую финансовую ситуацию по различным отрезкам деятельности организации, закрывая все информационные потребности пользователей этой информации. Другими словами, она должна быть бесспорной и достоверной для государства, инвесторов и акционеров.

Одним из основных элементов информационной базы оценки финансового положения экономического агента является бухгалтерская (финансовая) отчетность.

Прежде чем давать определение этому термину необходимо уяснить, что представляет собой понятие «отчетность» в общем виде.

Согласно толковому словарю, отчетность – это «оправдательные документы, содержащие отчет о работе, о произведенных расходах; проведение отчетов перед вышестоящим органом»[2]. Следовательно, бухгалтерская отчетность – целый комплекс информации, которая

показывает итоги деятельности организации за какое-то определенное время.

В Приказе Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" дается такое определение бухгалтерской отчетности: «бухгалтерская отчетность - единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и о результатах ее хозяйственной деятельности, составляемая на основе данных бухгалтерского учета по установленным формам»[1].

Основная цель бухгалтерской отчетности: сбор и предоставление систематизированной, структурированной, прозрачной, надежной и понятной информации по оценке финансового положения экономического объекта, финансовых результатах и динамике движения денежных средств необходимой пользователям для управления и принятия экономических решений.

Роль финансовой отчетности также складывается из некоторых предъявляемых к ней требований. Основными требованиями, которыми должна соответствовать отчетность, являются:

- Точность
- Своевременность
- Простота
- Последовательность
- Проверяемость
- Обоснованность
- Нормативность

Помимо этого, должны соблюдаться следующие правила оформления:

- Отчетность должна вестись на русском языке и в российской валюте;
- В бухгалтерской отчетности не должно быть никаких пометок и исправлений;
- Подписывается отчетность руководителем организации и главным бухгалтером или иным лицом, отвечающим за ее подготовку;

В бухгалтерской отчетности применяются данные оперативного, статистического и бухгалтерского учета.

«У финансовой отчетности есть внутренние и внешние пользователи. Внутренние — это работники организации: экономист, бухгалтер, менеджер, и пр. Они основываются на отчетность и учетные данные, чтобы повысить финансовые показатели организации. Внешние пользователи — это кредиторы, инвесторы, акционеры, налоговые инспекторы и пр. По отчетности они

отслеживают финансовую ситуацию организации, оценивают ее устойчивость и состоятельность, исполнительность обязательств в полной мере перед бюджетом и контрагентами»[3].

В законе о бухгалтерском учете прописано, что все организации должны предоставлять данную отчетность. Состав бухгалтерской отчетности может несколько различаться в зависимости от доходов, численности работников, а также от коммерческой и некоммерческой составляющей деятельности организаций.

Согласно Федеральному закону от 06.12.2011 N 402-ФЗ "О бухгалтерском учете" все имеющиеся официальные формы бухгалтерской документации делятся на обязательную бухгалтерскую отчетность и приложения к ней.

В состав бухгалтерской отчетности коммерческих организаций входят:

1. Бухгалтерский баланс – отражает средства организации и источники их формирования;
2. Отчет о финансовых результатах – содержит информацию о финансовых итогах деятельности за отчетный период
3. Отчет о движении денежных средств – содержит информацию о поступлении и выбытии денежных средств;
4. Отчет об изменениях капитала – содержит данные о наличии и изменениях собственного капитала организации;
5. Приложения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах – содержит информацию, не нашедшую отражения в отчетности;
6. Аудиторское заключение – доказывает верность бухгалтерской отчетности.

Не все организации обязаны проходить независимый аудит. Его проходят только АО и организации, чей объем выручки за предыдущий год был более 400 млн. рублей или сумма активов на конец предыдущего года превысила 60 млн рублей.

Состав бухгалтерской отчетности некоммерческих организаций несколько меньше.

Он включает в себя:

1. Бухгалтерский баланс;
2. Отчет о целевом использовании средств;
3. Отчет о финансовых результатах – при наличии существенных доходов;
4. Отчет об изменении капитала.

Таким образом, бухгалтерская отчетность — та основа, которая необходима для принятия управленческих решений. Чтобы глава организации мог расценить, в каком направлении стоит развивать дело и как скорректировать текущую стратегию, он должен обладать актуальными и достоверными данными о результатах деятельности и финансовой ситуации в своей организации. Применение бухгалтерской информации для анализа позволяет выявлять и ликвидировать несовершенства в экономической деятельности и находить источники роста рыночной капитализации.

Список литературы

1. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации"(ПБУ 4/99)[Электронный ресурс]: приказ Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н (ред. от 08.11.2010, с изм. от 29.01.2018).<http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 10.04.21).
2. С.И.Ожегов, Н.Ю.Шведова. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] <http://lib.ru>. (дата обращения: 10.04.21).
3. Финансовая отчетность организации[Электронный ресурс] <https://www.kontur-extern.ru>. (дата обращения: 10.04.21).

Карлова Е.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефедова С. В.

Тулский филиал Финуниверситета

ЧЕТЫРЕХДНЕВНАЯ РАБОЧАЯ НЕДЕЛЯ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Впервые о введении четырехдневной рабочей недели в России публично высказался действующий на тот момент премьер-министр РФ Дмитрий Медведев в начале июня 2019 года: «Работодателям придётся всё больше учитывать интересы своих сотрудников. Весьма вероятно, что будущее – за четырёхдневной рабочей неделей. Постоянная погоня за успехом оборачивается системной усталостью, хроническим стрессом, люди подчас просто сгорают на работе. Всё это приводит к снижению производительности труда» [2].

Согласно мнению Д. Медведева, переход на четырехдневную рабочую неделю позволит повысить производительность труда. Это можно объяснить тем, что у работников появится больше времени на отдых, что повысит их активность в рабочее время.

Также стоит отметить, что чем меньше по времени один человек будет работать, тем большее количество человек придется привлечь в

рабочий процесс, а это позитивно скажется на уровне безработицы в стране [1].

Чтобы более объективно рассмотреть перспективы введения четырехдневной рабочей недели, обратимся к историческому опыту. Стоит сказать, что в мире всегда существовала тенденция сокращения рабочей недели и рабочего дня, что действительно на определенных этапах способствовало повышению производительности труда. Работники действительно получают большее количество времени для отдыха, однако большая проблема встает перед их работодателями – они уже не могут заставить своего сотрудника работать 12 часов в сутки. Это способствовало поиску новых возможностей в сфере производства, внедрению новых технологий, усовершенствований. Именно таким путем и достигался рост производительности труда, а также стимуляция научно-технического прогресса.

В России уже был опыт сокращения рабочей недели. Углубляясь в историю, можно вспомнить, что до революции мужчины работали 11,5 часов в день, женщины – 10 часов. Всего было шесть рабочих дней в неделю [1].

Почти сразу после революции было принято решение о переходе на 8-часовой рабочий день. Важно указать, что это еще не вошло в мировую практику и было впервые. Далее рабочий день уменьшили еще на один час. В 1967 году был принят такой режим, по которому население России работает по сей день. Рабочий день стал составлять 8 часов, однако выходных стало больше.

Обращаясь к опыту других стран, стоит отметить Генри Форда, который не только ввел качественно новые изменения в производстве (конвейерную сборку), но и сократил рабочую неделю для своих сотрудников с 60 до 40 часов в неделю [3].

В 2020 году на сайте Всемирного экономического форума появилась информация о том, что одна компания из Новой Зеландии (200 работников) в течение двух месяцев тестировала четырехдневную рабочую неделю. Результаты такого эксперимента показали, что производительность компании повысилась на 20%.

На Западе уже давно обсуждается возможность введения четырехдневной рабочей недели. Стоит отметить, что в ряде организаций Нидерландов она уже активно используется. Продолжительность рабочей недели там составляет всего 29 часов.

В современной России также был опыт внедрения такой системы. Предприниматель Сергей Полонский рассказал об опыте четырехдневной рабочей недели в своей компании «Миракс групп»: «Интенсивная работа в крупной компании — это сильный стресс. Двух

выходных для восстановления не хватает». Данную систему было принято ввести более 10 лет назад. Результаты показывают, что производительность труда не упала, работники смогли сделать за 4 дня то, что раньше делали за 5 дней.

Рассмотрим отрицательные стороны введения данной системы:

- Большинство работодателей против четырёхдневной рабочей недели, потому что считают, что перед этим необходимо повысить производительность труда.

- Люди, которые работают на сдельной системе оплаты труда, вероятнее всего, станут зарабатывать на порядок меньше, чем зарабатывали при пятидневной рабочей неделе.

- Вероятно, цены на товары и услуги в стране повысятся, поскольку дополнительный прием на работу – это удар по экономике государства.

Сокращать рабочее время будет эффективно только в том случае, когда стабильно растет производительность труда в стране, в противном случае ВВП будет уменьшаться, что повлечет заметные ухудшения в экономической сфере.

Если в России будет принято решение ввести четырёхдневную рабочую неделю, то вероятнее всего сразу возникнут проблемы с оплатой труда, так как ни один работодатель не захочет платить работнику ту же сумму денег, что и раньше, только уже за меньший объем работы. Поэтому при введении дополнительного выходного дня работник будет стремиться найти подработку, чтобы компенсировать потери на основном месте работы.

Список литературы

1. Четырёхдневная рабочая неделя в России в 2021 году [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.kp.ru/putevoditel/lichnye-finansy/chetyrehdnevnyaya-rabochaya-nedelya/> (дата обращения: 15.05.2021)

2. Рыжов В.В. Анализ инициативы перехода РФ на четырёхдневную рабочую неделю // Скиф. 2019. №9 (37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-initsiativy-perehoda-rf-na-chetyrehdnevnyuyu-rabocheyu-nedelyu> (дата обращения: 16.05.2021).

3. Андрей Исаев: в России обязательно будет введена четырёхдневная рабочая неделя [Электронный ресурс] /. — Электрон. журн. — Режим доступа: <http://www.fnpr.ru/n/241/17995.html>

Ким А.С.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тулский филиал Финуниверситета

ОСНОВЫ КАЧЕСТВЕННОГО РЕКЛАМНОГО РОЛИКА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА

Чтобы продвигать бизнес 21 веке, несомненно, нужно пользоваться услугами рекламных агентств. Форматы рекламных объявлений могут быть различными: баннеры, рекламные ролики, радиореклама.

Сейчас в силу развития технологий наиболее популярна стала реклама в интернете и на телевидении. Рекламный ролик – это один из самых эффективных способов продвижения продукции на данный момент. Так, с 2018 по 2019 годы аудитория YouTube увеличилась на 11-12% и составила 2 млрд человек [4]. Людей окружает огромное количество информации, они потребляют все большее количество контента в формате видео, соответственно, видят больше рекламных роликов. Но не каждый из них может привлечь внимание потенциальных потребителей, а уж тем более подтолкнуть их к покупке.

Есть несколько «золотых» правил качественного рекламного ролика, который может заставить кривую продаж расти. Вот они:

1. Уважение. Как говорил Дэвид Огилви: «Покупатель не идиот, он ваша жена!» в рекламном ролике не должно быть ложных фактов о продукте, иными словами, ваша задача не надуть покупателя, а принести ему пользу[1].
2. Одинаковых товаров не бывает, поэтому у рекламируемого товара или услуги должна быть отличительная черта, которая сможет привлечь внимание покупателей.

3. Не стоит тратить рекламное время на пустые слова, ведь оно дорого стоит. Иначе говоря, используйте в рекламной речи меньше «воды» и штампов. Неопытному копирайтеру эти выражения могут показаться красивыми и интересными, на деле же они только отпугнут покупателя.

4. Лучше расскажите о том, какие выгоды принесет ваш продукт потребителю, покажите, как решит его проблемы. «Надавите» на «боли» смотрящего, пусть человек, увидев рекламу, подумает: «О да, это про меня!» Всё просто - все люди стремятся сделать свою жизнь комфортнее. Так почему бы не помочь им в этом?

5. Сложность. Не стоит забывать о том, что у каждого человека разный порог и возможности восприятия, поэтому посыл рекламы должен быть максимально простым, двусмысленности и метафоры не

привлекут больше клиентов, а лишь сократят количество потенциальных потребителей [3].

6. Ещё один важный фактор – это время. Согласно исследованию IAB, аудитория лучше воспринимает короткие ролики длиной от 10 до 15 секунд максимум. Не стоит затягивать с рассказом о товаре, ведь человек по ту сторону экрана может заскучать.

Также есть несколько неочевидных правил, которые можно назвать рекламными хитростями:

1. Если речь идет о рекламе товара и он является «главным героем» ролика, то его стоит снимать крупным планом. Так, например, чем ближе вы покажете мороженое в рекламе, тем больше покупателей захотят его съесть [5].

2. Чтобы привлечь внимание зрителя, можно спеть. Часто телевизор или видео в интернете люди используют в качестве фона, пока заняты чем-то другим, но песня может отпечататься в их памяти, даже если они не слишком внимательны во время просмотра.

3. Многие люди работают с музыкой на фоне, так им легче концентрироваться на задаче, поэтому не стоит лишать рекламу музыкального сопровождения, тишина может казаться людям отталкивающей.

4. Важно, чтобы в рекламе присутствовали люди, а не просто закадровый голос. Согласно исследованиям психологов, такие ролики вызывают наибольшее доверие [2].

5. А вот реклама с участием «звезд» не всегда будет эффективна, т.к. все внимание смотрящего будет направлено на личность, а не на товар или услугу.

6. Успешность рекламы находится в обратной зависимости от рейтинга передачи, во время которой ее показывают. Люди не хотят отвлекаться ни на минуту от просмотра любимого сериала, а вот на фоне скучного шоу ваш рекламный ролик может показаться глотком свежего воздуха, настолько свежего, что покупка рекламируемого товара не заставит себя долго ждать [1].

Так, на мой взгляд, выглядят основные правила создания качественных рекламных роликов, придерживайтесь их, но помните: реклама – это своего рода творчество, поэтому каждому товару/услуге требуется индивидуальный подход.

Список литературы

1. Огилви Д. О рекламе [Электронный ресурс], 1983. 420 с. <https://www.litres.ru>. (дата обращения: 13.03.2021).

2. Бозрикова С.А. Рекламные нарративы на телевидении: какие истории убеждают лучше [Электронный ресурс] // Инновационная

наука. 2016. №3. <https://cyberleninka.ru>. (дата обращения: 13.03.2021).

3. Иванова А.А. Теоретическое осмысление феномена телевизионной рекламы [Электронный ресурс] // Kant. 2020. №4(37). <https://cyberleninka.ru>. (дата обращения: 13.03.2021).

4. Яшина А.Р. Гастрономическая тематика на телевидении и платформе YouTube как гибридный жанр журналистики: сравнительный анализ в аспекте маркетинга [Электронный ресурс] // Огарёв-Online. 2019. <https://cyberleninka.ru>. (дата обращения: 13.03.2021).

5. Яшина А.Р. Бакеева Д.А. Food-контент в условиях new media: анализ реуламных стратегий телевидения и кроссплатформ [Электронный ресурс] // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. <https://cyberleninka.ru>. (дата обращения: 13.03.2021).

Коковцева В.Н.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тулский филиал Финуниверситета

АУДИТ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Каждая организация и каждый индивидуальный предприниматель обязаны платить установленные законом налоги и сборы, однако далеко не все хорошо ориентируются в налоговом законодательстве. Аудит налогообложения поможет избежать налоговых рисков и ответственности в виде штрафов и пени.

Аудит налогообложения - формирование независимого мнения и получение необходимых аудиторских доказательств относительно полноты и достоверности информации о расчетах с бюджетом по исчислению и уплате организацией налогов и сборов, отраженных в финансовой (бухгалтерской) отчетности и пояснениях к ней. [6,с.56].

Основные нормативные документы, применяемые при проверке аудита налогообложения:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации;
2. Федеральный закон "Об аудиторской деятельности" от 30.12.2008 N 307-ФЗ;
3. Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 N 402-ФЗ;
4. ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации»;
5. ПБУ 9/99 «Доходы организации»;
6. ПБУ 10/99 «Расходы организации»;
7. ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций». [7,с.39].

Процедуры, проводимые аудитором при проведении аудита

налогообложения:

1. Инспектирование - проверка документов и записей, которые имеют отношение к налогам и сборам;

2. Запрос - поиск информации у осведомленных лиц в пределах (сотрудники аудируемой организации) и за пределами места нахождения аудируемого лица (третьим лицам). Запрос может быть как в устной, так и в письменной форме;

3. Подтверждение - ответ на запрос о подтверждении информации, которая содержится в бухгалтерских записях;

4. Пересчет - проверка точности арифметических подсчетов в первичных документ и бухгалтерских записях, либо выполнение аудитором самостоятельных расчетов;

5. Аналитические процедуры - анализ и оценка полученной аудитором информации. [5,с.151].

Налоговый аудит как процесс включает стратегию и план.

Таблица 1- Проведение аудита налогообложения

| Стратегия | План | Источники информации |
|---|--|--|
| Предварительная оценка (экспертиза) существующей системы налогообложения экономического субъекта. | Проведение общего анализа элементов системы налогообложения. | -Приказ по учетной политике для целей налогообложения и для целей бухгалтерского учета |
| Проверка и подтверждение правильности исчисления экономическим субъектом налогов и сборов | -Проверка правильности выбора объекта налогообложения; -Проверка правомерности отражения налоговых вычетов по налогам; -Проверка правильности формирования налогооблагаемой базы; -Оценивание правомерности использования налоговых ставок и льгот. | -Главная книга -Книга покупок -Книга продаж -Расчетно-платежные ведомости -Трудовые договора; -Положение по оплате труда; -Табели учета рабочего времени; -Штатное расписание; -Личная карточка работника. |
| Проверка и подтверждение правильности | -Проверка правильности заполнения и своевременности представления экономическим | -Выписки банка -Платежные поручения |

| | | |
|--|--|-----------------------|
| уплаты экономическим субъектом налогов и сборов в бюджет и внебюджетные фонды. | субъектом налоговой отчетности; -Проверка сроков уплаты налогов и сборов. | -Налоговые декларации |
|--|--|-----------------------|

Типичные ошибки при проведении аудита налогообложения:

1. неверное исчисление налогооблагаемой базы;
2. неправомерное применение налоговых ставок и льгот при расчете и уплате налогов;
3. неправильное отражение данных в налоговых декларациях;
4. нарушение сроков платежей по налогам;
5. неправильное использование законодательных документов;
6. несоответствие данных аналитического учета по отдельным налогам, данным синтетического учета и показателям отчетности. [4,с.322].

Вопросы, задаваемые аудитором аудируемому лицу при проведении аудита налогообложения:

1. По какой ставке исчисляется налог на прибыль в Федеральный и региональный бюджет? (Ответ: 3 % в Федеральный бюджет, 17% в региональный);
2. Какой налоговый период по уплате налога на прибыль? (Ответ: год);
3. Ввоз товаров на таможенную территорию РФ облагается НДС? (Ответ: нет);
4. Штрафы, пени за нарушение договорных обязательств при исчислении налога на прибыль куда относятся? (Ответ: к внереализационным доходам);
5. Каким способом исчисляется амортизация для целей налогообложения прибыли? (Ответ: линейным и нелинейным);
6. Когда должны перечислить в бюджет годовой налог на прибыль компании? (Ответ: не позднее 28 марта следующего года);
7. В каком размере предоставляется налоговый вычет на 3-го ребенка? (Ответ: 3000 рублей);
8. облагается ли НДФЛ сданное имущество в аренду? (Ответ: да);
9. По какой ставке НДФЛ облагается премия? (Ответ: 13%);
10. Выполнение строительно-монтажных работ для собственного потребления облагается НДС? (Ответ: да). [1,с.52].

Результатом проведения налогового аудита является подготовка следующих документов:

1. аудиторского заключения по результатам проведения налогового аудита;

2. отчета по результатам проведения налогового аудита (если его подготовка предусмотрена условиями договора) [2,с.19].

Аудиторское заключение может выглядеть следующим образом.

Серьезные нарушения порядка ведения бухгалтерского учета, которые могли бы значительно воздействовать на объективность информации по налогам и сборам, указанных в бухгалтерской отчетности-отсутствуют.

Результаты проведенного аудита показали, что выполненные операции по исчислению и уплате налогов осуществлялись в соответствии с законодательством РФ.

После проведения налогового аудита хозяйствующий субъект может воспользоваться:

- предложениями по улучшению существующей системы налогообложения;

- оптимальными механизмами начисления налогов с учетом особенностей экономического субъекта, рекомендациями о правильном использовании налоговых льгот;

- предложениями по созданию системы внутреннего контроля экономического субъекта за правильностью исчисления налогов и сборов, по адаптации действующей системы налогового планирования и учета к возможным изменениям требований налогового законодательства;

- возможностью использовать результаты аудита для получения разъяснений налоговых органов по актам проверок, проведенных ими в отношении проверяемого экономического субъекта. [3, с.102].

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая): Федеральный закон Российской Федерации от 05 августа 2000 г. № 117-ФЗ: [принят Гос. Думой 19 июля 2000 г.: по сост. на 28 апреля 2020 г. № 67-ФЗ] // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2020. - № 32.

2. Об аудиторской деятельности в РФ: Федеральный закон от 30 декабря 2008г. №307-ФЗ.- М.: ИНФРА-М, 2021.-42 с.

3. Бычкова, С.М. Практический аудит / С.М. Бычкова, Т.Ю. Фомина. – М.: Эксмо, 2019. – 176 с.

4. Галкина, Е.В. Бухгалтерский учет и аудит / Е.В. Галкина. – М.: КноРус. 2018. – 592 с.

5. Кришталева, Т.И. Аудит налогообложения / Т.И. Кришталева. – М.: Дашков и Ко, 2019. – 272 с.

6. Терентьева, Т.А. Аудит налогообложения / Т.А. Терентьева. – М.: Экономистъ, 2019. – 192 с.

7. Шиленко, С.И. Основы аудита / С.И. Шиленко, Р.В. Колосова. – М.: КноРус, 2018. – 152 с.

Коноплев Д.О.

Научн. рук: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В современных условиях вопрос мотивации персонала очень актуален так, как мотивация играет важную роль в управлении персоналом. В наше время руководители организаций стараются по максимуму использовать все имеющиеся ресурсы для достижения высокого уровня конкурентоспособности выпускаемой продукции, в особенности трудовые. А для максимального использования трудовых ресурсов не может достигаться без эффективной мотивации сотрудников.

Основной проблемой является поиск правильного соотношения материального и нематериального стимулирования потому, что именно их сбалансированность помогает сохранить и повысить эффективность работы и лояльность сотрудников, что в свою очередь приводит к снижению сопротивления к изменениям и помогает добиваться реализации стратегии фирмы.

Вопросы как управлять мотивацией сотрудников возникали у управленцев всегда, в не зависимости от политического строя и времени. Однако стоит сказать, что решались они по-разному. Так, например, в советское время большое распространение в управлении мотивацией получила модель «кнута и пряника». Эта модель получила наибольшее распространение, и имеющая в своем «арсенале» систему поощрений и наказаний.

Система мотивации персонала значительно изменилась в связи с переходом к рыночной экономике. Так, например, перешли от идей коллективизма к приоритетности индивидуального роста и индивидуальных достижений сотрудников. Основную роль играет материальное стимулирование.

Можно выделить следующие формы материального стимулирования персонала такие как:

- должностной оклад
- премиальные надбавки
- оплата транспорта
- обучение за счет предприятия

- оплата питания

Особенно важна мотивация персонала в период экономической нестабильности. Не секрет, что для отечественной экономики периоды спада и подъема — вполне стандартная ситуация и большинство руководителей крупных предприятий уже имеют хороший опыт того, как лучше взаимодействовать с сотрудниками и как вести свой бизнес в условиях кризиса. Поскольку неверные действия при всеобщей экономической нестабильности грозят предприятию не только финансовыми проблемами и утратой своих позиций на рынке, но и потерей квалифицированных кадров, без которых преодолеть кризис невозможно.

Удержание ключевых сотрудников — одна из основных задач менеджмента компании в условиях экономической нестабильности, однако руководители большинства российских предприятий опрометчиво концентрируют свое внимание на управлении производством, маркетингом, финансами, в то время как совершенствованию системы мотивации персонала уделяется недостаточное внимание.

На рисунке 1 и 2 представлены данные опроса экспертов по налогообложению предприятий в период кризиса и рядовых руководителей, результаты которого показывают, какие способы мотивации персонала в кризисных условиях экономики были бы предпочтительными для руководящего звена. Что считается наиболее выгодным и менее затратным для введения в систему мотивации с точки зрения руководителей и экспертов.



Рисунок 1 - Результаты опроса экспертов: «Какие способы мотивации сотрудников выгоднее руководителю?»



Рисунок 2 - Результаты опроса рядовых руководителей: «Какие способы мотивации сотрудников выгоднее руководителю?»

Как видно из приведенных выше данных, в условиях кризиса внутренняя мотивация сотрудников претерпевает существенные изменения. В данном случае успех предприятия или организации обусловлен применением конструктивных стратегий мотивации работников и совместное с ними преодоление страхов или жизненных человеческих проблем за счет введения материальных гарантий со стороны предприятия.

В заключении хотелось бы сказать, что система мотивации персонала не может быть одинаковой абсолютно для всех компаний и сотрудников. Здесь большое значение имеет индивидуальный подход. Очень важно умение определять, что наиболее важно для каждого конкретного человека. Результатом этого станет значительное повышение работоспособности всего трудового коллектива. Тогда система мотивации персонала станет эффективным инструментом, позволяющим достигать желаемый результат.

Список литературы

1. Колесниченко, Е. А. Особенности мотивации персонала на крупных промышленных предприятиях в условиях кризиса / Е. А. Колесниченко, Я. Ю. Радюкова, В. Ю. Лапшин // Бюллетень науки и практики. 2017. — №11 (24).

2. Слущкая Е.М., Егорова Е.Н. Классификация инструментов материального стимулирования работников предприятия // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. - №11 (71).

3. Статистические данные о мотивации сотрудников на начало 2020 года. — URL: <https://www.wnke.com/ru/blog/statisticheskie-dannye->

Коноплев Д.О.

Научн. рук.: докт. экон. наук. доц. Поляков В.А.

Тульский филиал Финуниверситета

РОЛЬ СПОРТИВНОГО МАРКЕТИНГА НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК

Спорт занимает важнейшее место в жизни каждого человека по всему миру. На протяжении долгого времени люди следили за спортивными соревнованиями, а так же сами активно занимались различными видами спорта. Согласно результатам исследования футбол занимает первое место среди всех видов спорта по числу болельщиков, а именно 2,9 млрд. людей во всем мире. По отношению к футболу во всем мире людей можно разделить на сегменты, представленные на рисунке 1.

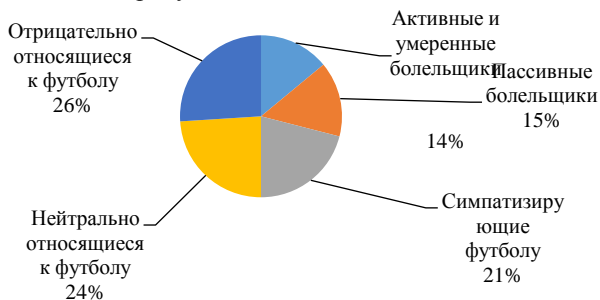


Рисунок 1 – Отношение людей к футболу в мире

Популярность этого вида спорта настолько велика, что это не могло не привлечь мировые бренды в данную сферу. На сегодня согласно, данным Deloitte, наибольший заработок профессиональных команд состоит из коммерческих прав, которые формируются в большей степени из рекламных контрактов, и равняются 2732 миллиона евро (Рисунок 2).

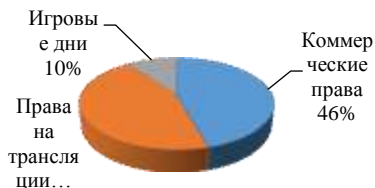


Рисунок 2 - Основные источники выручки самых дорогостоящих команд

На сегодняшний день рекламу своего продукта покупают многие крупные компании из различных сфер бизнеса, это и производители спортивной одежды Adidas, Nike, Puma и др., так же это компании из пищевой отрасли: Coca-Cola, Pepsi, Herbalife. Еще в 2002 году мировой рынок «взорвался» от объявления рекламного контракта на 13 лет между компанией Nike и футбольным клубом «Manchester United», общей стоимостью на 303 млн фунтов стерлинга. С каждым годом контракты заключаемые между клубами с компаниями значительно увеличивались, так как ежегодно увеличивается количество поклонников футболом и бренды желают рекламировать свою продукцию на более большую аудиторию, поэтому готовы платить огромные суммы денег. Так в 2014 году «Manchester United» подписывает новый 7-летний контракт с брендом Chevrolet на сумму 559 млн. долларов. Динамика прибыли самых дорогостоящих футбольных клубов мира от рекламных контрактов изображена на рисунке 3.

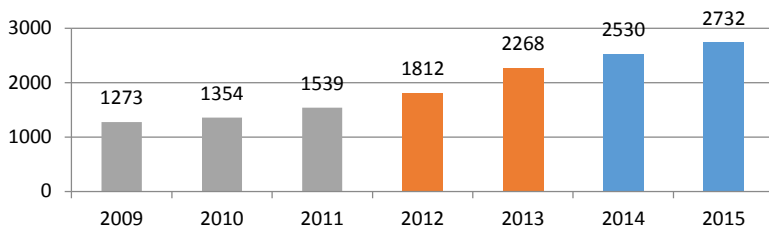


Рисунок 3 - Динамика роста доходности от рекламных соглашений самых доходных футбольных клубов мира (млн евро)

На сегодняшний день спортивный маркетинг совершил большой прогресс. Футбольные игроки становятся кумирами миллионов людей, каждый болельщик желает быть похожим на любимых игроков, чем и пользуются рекламодатели. Теперь компании заключают спонсорские контракты не только с клубами, но и с игроками в отдельности. Согласно тчету Bloomberg, в 2019 году Роналду получил \$17,8 млн от Nike. Так же компания за победу в Ballon D'Or заплатила €4 млн и \$4,5 млн за звание приз лучшему игроку мира.

В августе 2003 года немецкий производитель спортивной одежды и экипировки Adidas подписал с капитаном сборной Англии по футболу и игроком мадридского "Реала" Дэвидом Бекхемом бессрочный контракт на сумму \$160,8 млн. По условиям соглашения 27-летний спортсмен получил первоначальный гонорар в размере \$80,5 млн. Было известно, что после завершения карьеры футболист

станет послом бренда и лицом компании по всему миру. Согласно контракту, Бекхем представляет различные коллекции одежды и обуви Adidas, снимаясь в рекламных роликах и участвуя в фотосессиях.

Приведенные данные свидетельствуют о том, что спорт является привлекательной сферой для рекламодателей. Множество компаний желают заключить контракты с профессиональными клубами и игроками для продвижения своего продукта, ради чего готовы платить большие деньги. Ежегодно увеличивается количество болельщиков футбола, а значит и рекламные контракты ведущих брендов, будут расти с каждым годом.

Список литературы

1. Воробьев А. И., Солнцев И. В., Осокин Н. А. Анализ международного опыта развития футбола и его применение в России с учетом подготовки к чемпионату мира по футболу ФИФА-2018. М.: Инфра-М, 2019.

2. Жильцова К. Г., Корзников Н. И. Проблемы развития спортивного спонсорства // Молодежь XXI века: потенциал, тенденции и перспективы: в 2 т. Екатеринбург, Издательство Уральского университета, 2019.

Корчак А.Д.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефедова С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ПРАВИЛЬНОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ

Главная цель инвентаризации — проверить соответствие данных бухгалтерского учета фактическому положению дел. Проверке подлежат все: оборудование, здания, готовая продукция, резервы, добавочный капитал и пр. Не должно быть ни одной позиции, которая не была бы проверена.

До начала работы следует составить приказ, определить состав инвентаризационной комиссии (Приказ Минфина РФ от 13.06.1995 № 49). В ее состав могут войти не только сотрудники: вы вправе пригласить сторонних людей, например студентов колледжа, с которыми нужно будет заключить договор гражданско-правового характера об оказании возмездных услуг. Работает комиссия в присутствии материально ответственного лица (МОЛ).

Например, если ваш ответственный человек сбежал, заболел, пошел в монастырь, вам придется провести инвентаризацию без него в этих особых случаях, и тогда вы не сможете ни о чем его просить, а просто запишите результат.

Допустимо организовать несколько комиссий: одна из них будет проверять товары, вторая — расчеты, третья — ценные средства. [1]

Основные средства

Перед проверкой необходимо убедиться в наличии:

1) инвентарных карточек, описей и других регистров аналитического учета — они могут быть бумажными, электронными, в виде таблиц, реестров и пр.;

2) технических паспортов или другой техдокументации на основные средства (ОС). Чтобы было проще собрать ее, можно заранее в карточках или актах ставить отметку, что, например, паспорта хранятся у замдиректора по производству или у главного инженера;

3) документов на все ОС, сданные или принятые в аренду и на хранение.

Пример. Компания арендовала две нефтяные станции, и бухгалтер хочет их пересчитать. Это невозможно, потому что невозможно провести инвентаризацию на территории другого хозяйства.

В этой ситуации, когда вам нужно проверить сдаваемую недвижимость, есть три варианта:

- все проверять только документами - это предусмотрено законом;

- Убедитесь лично, что ваша собственность жива и здорова. Для этого необходимо прописать условие в договоре аренды и заранее позвонить арендатору, чтобы вас пустили;

- учитывать основные средства на основании копии выписки из инвентарной описи лизингополучателя. Это условие также должно быть согласовано в договоре аренды.

Если какие-то документы будут отсутствовать, надо их заново оформить.

Цель инвентаризации основных средств — убедиться, что они вообще есть, что они работают, что они приносят или могут приносить экономическую выгоду. [2]

Долгосрочные активы к продаже

На особенности учета этого вида активов влияют поправки к п. 10.1 ПБУ 16/02, которые вступили в силу 1 января 2020 года. И теперь они будут действовать до тех пор, пока их не отменят, а это, скорее всего, никогда не случится.

В ПБУ 16/02 появился пункт, согласно которому те объекты основных средств, которые организация намеревается продать, должны быть переведены в категорию предназначенных для продажи.

Они не амортизируются и должны учитываться как основные средства и отражаться в балансе по другой статье.

Где их можно увидеть? В документах, в которых записано решение о продаже.

Пример. Совет директоров решил прекратить производство глиняных горшков, продажу оборудования, костров или перевозки людей. Протокол собрания отражает весь процесс и, кроме того, подтверждает факт существования объекта.

Еще одна цель инвентаризации - это правильное составление баланса, для чего необходимо выделить проданную недвижимость. До 1 января 2020 года таких проблем не было, но сейчас это положение является обязательным: нужно убедиться, что недвижимость оформлена документально. Вы можете сделать для этого отдельный инвентарь.

К продаже основных средств также относится продажа вывозимых из здания материальных ценностей, материалов, запасных частей, которые остаются от выбытия основных средств или извлекаются в процессе его ремонта, модернизации, реконструкции. Исключения составляют ситуации, когда эти предметы классифицируются как запасы.[3]

Нематериальные активы

При инвентаризации НМА необходимо проверить (п. 3.8 Приказа Минфина от 13.06.1995 № 49):

- наличие документов, подтверждающих права организации на их использование;
- правильность и своевременность отражения НМА в балансе.

Если вы вдруг зарегистрировали товарный знак, например на мыло, и уже пять лет не выпускали его и не собираетесь, то надо списать этот нематериальный актив с баланса. Инвентаризация позволяет это сделать.

Имущество на хранении

Проверке и учету подлежат товарно-материальные запасы и другие виды активов, не принадлежащие организации, но учитываемые в бухгалтерском учете: предметы, находящиеся на хранении, сданные в аренду, принятые в переработку и т. Д. С арендуемым имуществом ситуация такая же, как и при его сдаче в аренду: либо вы впускаете иностранцев на свою территорию, либо даете выписку из результатов инвентаризации, либо они все проверяют только по бумаге.

Еще существует ответственное хранение. Вы сохраняете чужую собственность или принимаете ее во время обработки дорожных

сборов. Третий вариант: вы оставляете имущество на складе, потому что есть требования к качеству, и ждете, пока контрагент исправит недостатки и вернет их. Для таких объектов создайте отдельные запасы и назначьте МОЛ.

Вне зависимости от права собственности все имущество должно попасть под инвентаризацию. [4]

Ценные бумаги

Проверяя наличие ценных бумаг, обратите внимание (п. 3.10. Приказа Минфина РФ от 13.06.1995 № 49):

- на правильность их оформления;
- на реальность стоимости;
- на сохранность — устанавливается путем сопоставления фактического наличия с данными бухучета;
- на своевременность и полноту отражения в учете полученных по ним доходов.

Если вы владеете векселями и облигациями, обязательно проверьте, не просрочены ли они, на какие суммы выданы, жив ли векселедатель. Ценная бумага — это дебет счета 58, то есть вложение вашей компании. И если выясняется, что организация-векселедатель давно банкрот, считайте, что у вас больше нет никого векселя. Аналогичная ситуация по поводу вложения в уставный капитал.

Расчеты

Инвентаризация расчетов проводится в обязательном порядке по всем контрагентам. В п. 73 Приказа Минфина РФ от 29.07.1998 № 34н есть указание на то, что дебиторы и кредиторы отражают расчеты друг с другом в суммах, которые признают правильными и отражают в бухучете. По полученным займам и кредитам задолженность показывается с учетом процентов, причитающихся к уплате на конец отчетного периода.

Пример. Мы управляем контрактом, в котором указаны все действия, платежи, затраты, количество счетов-фактур и содержание. В этой ситуации вам не нужно к кому-то обращаться. Прочтите это сами. Остается все - в суде.

В зависимости от моих интересов я также могу проверить все, что указано выше. Суммы, выраженные на основе банковских реквизитов, должны быть сообщены и утверждены с бюджетом. Если есть нарушения, такие как переплаты, которые не хотят возмещать, их нужно либо списать и отменить в бюджете, либо оставить и пожаловаться на бездействие налоговых органов.

Главное, что нужно помнить - расчеты в бухгалтерских документах и то, что происходит по факту должны совпадать. [5]

Товары в пути

Расчеты с поставщиками и подрядчиками по товарам, находящимся в пути к вам и от вас, регламентирует п. 3.45 Приказа Минфина РФ от 13.06.1995 № 49.

Пример. Вы купили какую-то вещь, и она прибывает через три месяца. Товар уже в пути, но название уже прошло. Проверяйте эти объекты по документам, где бы они ни находились: в порту, в аэропорту, на борту.

Доставка без выставления счета также должна быть принята и отправлена. Во время инвентаризации проверьте, что таким образом принято, по каким ценам вы это записали. Даже если у вас нет документов, вам необходимо сделать бухгалтерский баланс.

Резервы

При инвентаризации проверьте правильность и обоснованность сформированных резервов (п. 3.49 Приказа Минфина РФ от 13.06.1995 № 49):

- на предыдущую оплату отпусков;
- на выплату вознаграждения за выслугу лет;
- на выплату вознаграждений по итогам работы за год.

Резерв на предстоящую оплату отпусков должен быть уточнен, исходя из количества дней неиспользованного отпуска.

Есть обязательные резервы, к примеру, для организаций, не имеющих права на упрощенный расчет. Для тех, кто может использовать упрощенный расчет, требование по резервам носит рекомендательный характер. Порядок формирования этих сумм следует прописать в учетной политике.

Это же касается резерва на гарантийный ремонт. При инвентаризации надо проверить наличие сумм, общую правильность начисления по состоянию на 31 декабря календарного года. Если оборудование можно проверить чуть заранее (понятно, что линия по разливу растительного масла никуда не денется), то резервы следует проверять вплотную к новому году. Тогда не будет проблем, если кто-то уедет в отпуск неожиданно или уволится 31 декабря — они смогут получить свои деньги.

Мы разобрали правила инвентаризации активов предприятия. Если выявлена недостача или поврежденное имущество, виновный сотрудник должен компенсировать расходы работодателя.

Список литературы

1) Инвентаризация. [Электронный ресурс]
<https://glavkniga.ru/situations/s503162> (дата обращения 18.05.2021)

2) Инвентаризация основных средств. [Электронный ресурс] http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7152/94a8eceb4d51f065fc964f0b8c63acfd99263239/ (дата обращения 18.05.2021)

3) Долгосрочные активы к продаже. [Электронный ресурс] https://www.audit-it.ru/terms/accounting/dolgosrochnye_aktivy_k_prodazhe.html (дата обращения 18.05.2021)

4) Проведение инвентаризации нематериальных активов и имущества на хранении. [Электронный ресурс] <https://glavkniga.ru/situations/s503093> (дата обращения 18.05.2021)

5) Инвентаризация финансовых вложений. [Электронный ресурс] http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_93308/11a38570c12887f2d204257ed14969d547e1fa12/ (дата обращения 18.05.2021)

6) Инвентаризация товаров в пути. [Электронный ресурс] <https://www.audit-it.ru/articles/account/buhconcret/a65/677413.html> (дата обращения 18.05.2021)

Костылева А.Д.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Никитина Е.А.

Тульский филиал Финуниверситета

МЕТОДЫ ОКАЗАНИЯ ПОМОЩИ РЫНКУ ТРУДА В УСЛОВИЯХ ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО КРИЗИСА В РФ

Интерес к изучению демографических процессов в нашей стране возрастает, так как демографический фактор, как и экономический, и социальный является одной из важнейших предпосылок общественного развития. В данной научно-исследовательской работе выделена основная демографическая проблема Российской Федерации – снижение численности населения. А также вытекающая из нее другая не менее значимая проблема - ситуация на рынке труда, которая усугубилась в 2020-2021 году, в связи с эпидемией COVID-19. В данной работе мы рассмотрим понятие демографической ямы и причины ее возникновения в совокупности с изменениями, напрямую связанными с COVID-19, а также методы оказания помощи, способствующие доброкачественным изменениям на рынке труда в Российской Федерации.

Первый показатель влияющий на рынок труда – демография. Данная значимая проблема для России - демографический кризис, имеющий 2-е неофициальное название – «демографическая яма». «Демографическая яма - это следствие социальных, экономических, медицинских, этических, информационных и других факторов: общее снижение рождаемости и повышение смертности, общее снижение

уровня жизни, ухудшение экологической обстановки, снижение общего уровня здоровья населения и т.д. К основным мерам улучшения демографической ситуации Российской Федерации и предотвращения возникновения демографических ям, стоит отнести:

- укрепление здоровья населения, существенное снижение уровня социально значимых заболеваний, создание условий для ведения здорового образа жизни, повышения продолжительности жизни;

- улучшение репродуктивного здоровья населения, укрепление здоровья детей и подростков, сокращение уровня младенческой смертности;

- стимулирование рождаемости;

- укрепление института семьи, сохранения и развития традиций крепких семейных отношений;

- улучшение миграционной ситуации.» [4]

Демографическое развитие является одним из важнейших направлений развития государственного управления, поскольку именно население определяет качество и направление развития различных отраслей национальной экономики.

Для рассмотрения ситуации на рынке труда, по отношению к обеим составляющим - демографии и безработице, мы неоднократно обратимся к данным Федеральной службы государственной статистики – Росстат [1]. С 1996 по 2009 рост численности населения существенно снижался - приблизительно на 200 000 за год, с 2010-2018 произошел всплеск, и численность населения России возросла практически на 5 миллионов человек. С 2019 и по сей день численность населения России вновь снижается.

Рассмотрим причины прироста населения с 2010-2018 года. Прирост был совершенно незначительным по сравнению с данными 2015 года, но все равно значимым для России. Одной из причин повышения рождаемости послужила государственная поддержка семьям, родившим 2го и более ребенка – Материнский капитал, закрепленный в Федеральном законе "О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей" от 29.12.2006 который начал действовать в 2007 году, однако широкое применение получил к 2010 году. А вот статистика, о которой мы говорили ранее – это демографический взрыв 2014-2015 года в РФ. На графике №1 мы видим, что общий прирост населения составил целых 2,4 миллиона, из которых 1,9 млн. жители Крыма. Как уже можно было понять, на это повлияли события 2014 года, а именно присоединению к составу Российской Федерации Республики Крым.

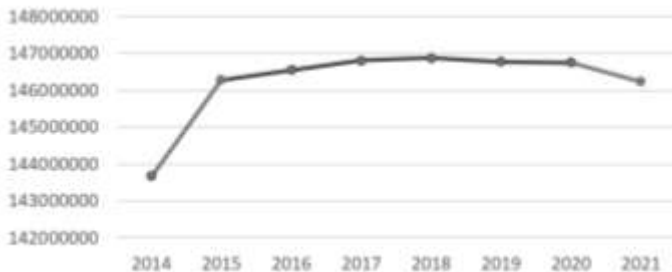


График №1 «Численность постоянного населения РФ 2014-2021гг.»

Резкий скачок, представленный на графике №2, демонстрирует резкое увеличение количества трудоспособного населения по стране. Данное явление обусловлено Пенсионной реформой 2018 года. Вышеупомянутая реформа пенсионной системы была введена вследствие таких негативных социальных явлений, как: нестабильная демографическая ситуация и дисбаланс в структуре рынка труда - ситуация, когда количество пожилых людей постоянно растет с одновременным уменьшением трудоспособного населения. И именно здесь мы можем наблюдать прямую связь рынка труда и демографической ситуации в России. Так, количество трудоспособного населения и стало увеличиваться, ведь люди с каждым годом позже выходят на пенсию. Но при этом сохраняется безработица. Причиной этого служит качество и эффективность труда. Ни для кого ни секрет, что многие работодатели не желают брать к себе в фирму людей в возрасте, так как они сложно обучаемы, им сложнее приспособиться к новым технологиям, и немаловажным фактором является и состояние здоровья работника.

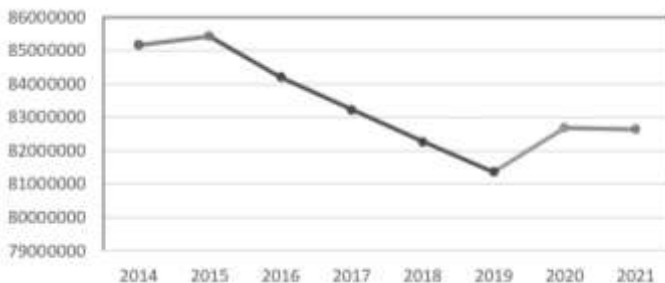


График №2 «Численность трудоспособного населения РФ»

Добравшаяся до России в марте 2020 года новая коронавирусная инфекция значительно подорвет не только экономику страны, но и все сферы жизни населения РФ. Только по официальным данным

операционного штаба по корона вирусу за год пандемия COVID-19 забрала жизни более 95 тысяч граждан Российской Федерации [6], чем наносит невосполнимую потерю для демографии нашей страны.

Продолжая речь о рынке труда, мы постепенно переходим к показателям безработицы в России за последние несколько лет. «Безработица – это такое социально-экономическое явление, при котором часть рабочей силы или экономически активного населения не занята в производстве товаров или услуг.» [2] И вновь необходимо обратиться к последствиям COVID-19, ведь как говорилось ранее, пандемия нанесла урон не только демографии, но и экономике, в том числе и рынку труда. «Эпидемия нанесла сильнейший удар по мировой экономике. Торговля, работа предприятий, кооперационные связи словно наткнулись на стену карантинных ограничений. И, пожалуй, самая острая проблема практически во всех странах – это сокращение занятости, рост безработицы.» [5], - заявил президент Российской Федерации – Владимир Владимирович Путин в своем Обращении к гражданам России 23 июня 2020 года. Число безработных в мае возросло до 4,4 млн россиян, или 5,9% всей рабочей силы, как следует из оценки Росстата. С начала пандемического кризиса безработными стали свыше 1 млн россиян (График №3). «Цель, которая поставлена президентом, - вернуть к концу этого года рынок труда к показателям 2019 года. Решение этой задачи предполагает трудоустройство еще миллиона граждан из числа безработных. В прошлом году, начиная с августа, численность безработных граждан снизилась на 400 тыс. человек. По данным Росстата, уровень безработицы на конец декабря составлял 5,9% (4,4 млн граждан). Если говорить о количестве безработных, зарегистрированных в центрах занятости, то их число сейчас составляет менее 2,5 млн человек. Это на 300 тыс. человек меньше, чем в декабре прошлого года» [7], - сообщили в Министерстве труда.

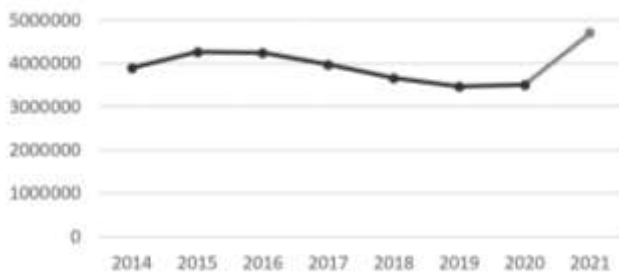


График №3 «Количество безработных в РФ»

Помимо эпидемии COVID-19, влияние на ситуацию на рынке труда оказывали такие факторы как:

- Приоритетность некоторых видов деятельности в отдельных регионах. Это говорит о том, что в некоторых субъектах РФ безработица была вызвана возвышением и повышенной актуальностью некоторых профессий. Такое происходит как правило в отдаленных регионах, например, в Сибири, на Урале или Дальнем Востоке. Но есть исключения. Так, в «оружейной столице» России – г. Туле, наиболее актуальными профессиями являются инженеры, конструктора, проектировщики и др. это напрямую связано с производственной задачей области.

- Автоматизация производства: все больше предприятий прибегают к автоматическому или машинному труду, который вытесняет человеческий, в следствии чего люди просто теряют работу.

- Территориальный дисбаланс. Например, в Москве плотность населения самая высокая в стране — 4857,6 чел./км². Но в отличии от центрального федерального округа, наименее заселены районы Севера и восточные приграничные регионы страны - Чукотский автономный округ с плотностью населения 0,07 чел./км².

- Алкоголизм. Серьезная социальная проблема, существующая в России, связанная с масштабом потребления спиртных изделий среди россиян. Также она непосредственно связана с рынком труда: страдает уровень производительности труда, снижается численность работников. Среди российских мужчин трудоспособного возраста около 70% смертей связано с алкоголем, напоминают в Минздраве.

- Половозрастная принадлежность: все еще имеет место быть и проблема трудоустройства женщин и молодежи. У молодежи, как считают многие потенциальные работодатели, не хватает опыта. В то время как на интенсивность участия женщин в производстве сказываются и выполнение ими материнских обязанностей. Женщины будут уходить в декрет или на больничный с ребенком, именно поэтому женщины считаются малоэффективным работником.

- Отсутствие официального трудоустройства - проблема, влияющая на реальный показатель безработицы в России. Человек может числиться как безработный, но на деле состоять в неофициальных трудовых отношениях, то есть без заключения трудового договора.

Для помощи рынку труда необходимо совокупно бороться с проблемами демографии и безработицы, так как проблема демографии напрямую связана с безработицей. Наличие на рынке труда неконкурирующих групп вызывает одновременное наличие как

вакансий, так и безработицы. Демографический кризис и безработица существуют из-за упадка спроса на рынке труда (в следствии сокращения количества штатных работников, ликвидации юридических лиц и т.д.). Таким образом в Российской Федерации одновременно существует и демографический кризис и безработица.

Существуют государственные проекты, направленные на восстановление демографии и борьбы с безработицей, однако мы также рассмотрим не только их. Но и возможные методы помощи оказании помощи рынку труда, их эффективность и влияние на состояние рынка труда в целом.

Из имеющихся проектов к вашему вниманию могу предложить национальные проекты РФ.

1) Одноименный национальный проект «демография». Национальный проект, касающийся практически всех граждан России. В него входят такие инициативы проекта как: помощь семьям при рождении детей, содействие занятости, старшее поколение, здоровье нации и спорт – норма жизни. Примерами реализации этих инициатив являются:

Хорошо известный «Материнский капитал», действующий с 1 января 2007. Маткапитал — главная мера государства по поддержке семей с детьми. Эти средства можно направить на важнейшие для семьи задачи: например, погасить часть кредита на квартиру или оплатить обучение ребенка.

Выплаты на детей, как классические, получаемые при рождении ребенка, так и единовременные. Семьи могут получить финансовую помощь при рождении детей в размере регионального прожиточного минимума для ребенка. С 2020 года увеличен срок осуществления ежемесячной выплаты с полутора до трех лет. Их можно отнести к классическим. А вот ярким примером единовременных выплат, направленных на поддержку семей с детьми является выплаты в период пандемии коронавируса в России. Например, выплаты, закрепленные в Указе Президента РФ от 23 июня 2020 г. N 412 “О единовременной выплате семьям, имеющим детей”. Данный указ дал право на получение единовременной выплаты с 1 июля 2020 г. семьям имеющих детей до 16 лет в размере 10 000 рублей на каждого ребенка.

2) Федеральный проект «Здоровье нации». В рамках реализации проводятся консультации по правильному питанию, профилактике и отказу от таких вредных привычек, как курение и употребление алкоголя, а также рекомендации по физической активности в 2019 году предоставлялись в 524 центрах здоровья для взрослых и 236

детских центрах здоровья, которые функционируют в настоящее время на базе поликлиник.

3) Что касается проблем занятости и безработицы, благодаря инициативе «содействие занятости», находясь под риском увольнения или потеряв работу, россияне могут пройти переобучение, если у них не получается найти новую по имеющейся специальности. Образовательные программы при этом будут учитывать актуальные запросы компаний, чтобы выпускники были востребованы на рынке труда. Во время переобучения выплачивается пособие по безработице, а после освоения программ будет оказана помощь в трудоустройстве. В 2021 году новые знания получают не менее 115 тыс. человек, в 2022–2024 годах — по 125 тысяч. А для детей до трех лет по всей стране открываются дополнительные места в яслях, что дает возможность мамам вернуться к трудовой деятельности через непродолжительное время. До конца 2024 года планируется создать более 256,8 тыс. новых мест для детей от 1,5 до 3 лет. А их институтом являются центры занятости.

4) Еще один национальный проект «Малое и среднее предпринимательство», целью которого является поддержка бизнеса на всех этапах его развития: от стартовой идеи до расширения и выхода на экспорт. Устраняются административные барьеры, популяризируется сам образ предпринимателя.

Поддержать рынок труда возможно, решив некоторые проблемы демографии и безработицы, которые, как уже говорилось ранее, неразрывно связаны.

1. Проблема «Территориального дисбаланса».

Как упоминалось ранее, важной демографической характеристикой является также плотность населения - это соотношение численности населения и размеров территории, на которой оно проживает, измеряемое числом жителей на 1 кв. км. Для России она приблизительно равна 8,7 чел./ км², но страна заселена крайне неравномерно.

Дополнительные выплаты и пособия для переехавших в малонаселенные регионы России поспособствуют стимулированию расселения граждан по территории страны и снижению безработицы в крупных городах. Такая практика уже применяется на Аляске. Аляска единственный регион в мире, который выплачивает своим постоянно проживающим на территории штата жителям ежегодные дивиденды, полученные от продажи нефти.

2. Проблема «Алкоголизма».

Проблема «алкоголизма» остается актуальной и по сей день. Повышение акцизов на спиртную продукцию приведет к повышению цены на нее и, как следствие, к понижению количества несчастных случаев и отсутствий на рабочем месте, увольнений.

3. Проблема «Приоритетности некоторых видов деятельности в отдельных регионах».

Развитие наименее актуальных профессий в регионе и привлечение внимания к ним с помощью имеющихся курсов переквалификации, Дополнительного Профессионального Образования и повышения интереса молодежи к ним.

Информация о эффективности и последствиях этих изменений, их влияния на рынок труда:

«Приоритетность некоторых видов деятельности в отдельных регионах». После привлечения молодежи к новым важным профессиям можно будет избежать недостатка или избытка кадров в конкретных профессиональных областях в определенных регионах РФ.

«Территориальный дисбаланс». С помощью стимулирования к переезду на ПМЖ в малонаселенные субъекты РФ, начнется их экономическое развитие и будет решена проблема безработицы в крупных городах.

«Алкоголизм». Облегчив проблему алкоголизма в РФ повысится не только качество жизни и здоровья населения, но и предоставления рабочей силы. Сократится количество несчастных случаев на рабочем месте, порчи имущества компании, дисциплинарных взысканий, увольнений, и в целом повысится стабильность производительности рабочей силы и ее эффективности.

Таким образом, влияние демографического фактора на экономику страны выражается прежде всего через состояние трудовых ресурсов. Формирование, использование и распределение трудовых ресурсов тесно связаны с демографическими параметрами населения: численностью, рождаемостью и смертностью, возрастно-половой структурой, миграцией и другими характеристиками демографической ситуации. Дефицит рабочей силы может служить стимулом для принятия мер по повышению производительности труда, более эффективного использования трудовых ресурсов предприятий, а также для разработки мер, направленных на стимулирование естественного прироста населения, качества и продолжительности жизни россиян. Для того чтобы совершенствовать рынок труда, необходимо активно реализовывать имеющиеся национальные проекты, направленные на демографическую составляющую и содействие занятости. После таких

масштабных изменений последует не только сокращение безработицы, но и экономических рост нашего государства.

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики. <https://rosstat.gov.ru>
2. Бреев Б.Д. Безработица в современной России М.: Наука, 2014, 335 стр, С 15
3. Щербаков А.И., Мдинарадзе М.Г. Основы демографии [Электронный ресурс]: Учебное пособие для вузов. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. 216 с. <http://znanium.com>. (дата обращения: 21.03.2021).
4. Календжян А.А., Ищенко О.Ю. Явление демографического кризиса в России [Электронный ресурс] // Norwegian Journal of Development of the International Science. 2021. №53. <https://cyberleninka.ru>
5. Министерство экономического развития Российской Федерации «Обращение Президента к гражданам России» [Электронный ресурс] <https://www.economy.gov.ru> (дата обращения 21.03.2021)
6. Оперативные данные по коронавирусу [Электронный ресурс] <https://стопкоронавирус.рф> (дата обращения 21.03.2021)
7. Число официально зарегистрированных безработных в России составляет менее 2,5 млн [Электронный ресурс] <https://tass.ru> (дата обращения 21.03.2021)

Кузина Я.Р.

Научн. рук.: докт. экон. наук, проф. Макаров И.Н.

Липецкий филиал РАНХиГС

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Управление - одно из важнейших направлений деятельности человека. С тех пор, как люди начали формировать социальные организации для достижения целей и задач, которые они не могли достичь как индивидуумы, управление было важным для обеспечения координации индивидуальных усилий. По мере того как общество постоянно полагалось на групповые усилия, а многие организованные группы становились большими, задачи менеджеров становились все более важными и сложными. С тех пор теория управления стала решающей в том, как менеджеры управляют сложными организациями.

Центральный тезис этой статьи состоит в том, что, хотя некоторые менеджеры в разных частях мира могли бы достичь

управленческого успеха, не обладая базовыми теоретическими знаниями в области управления, необходимо недвусмысленно подчеркнуть, что те менеджеры, которые смешали теорию и практику менеджмента в своей повседневной жизни, имели больше шансов управлять своими организациями более эффективно и результативно для достижения как индивидуальных, так и организационных целей. Следовательно, менеджеры современных организаций должны осознавать важную роль, которую они играют в своих организациях, если они хотят достичь поставленных целей. Во-вторых, необходимо содействовать совершенствованию всех сотрудников организаций, особенно самих менеджеров. Чтобы решить эти проблемы, в документе будет рассмотрен следующий спектр: управление будет определено в целях концептуальной ясности; будут выделены цели, функции, цели и существенность управления; будет обрисована важность управленческих навыков и организационной иерархии; будет подчеркнута важность женщин в организационной иерархии; будут перечислены причины для изучения теории менеджмента; различные теории менеджмента, составляющие основу статьи, будут подробно обсуждены; значение менеджмента как практики будет контекстуализировано; и будет предложен «путь вперед» в форме заключения [1, с. 67].

Менеджмент - это искусство или наука достижения целей через людей. Поскольку менеджеры также осуществляют надзор, управление можно интерпретировать как буквально означающее «наблюдение», т. е. Обеспечение того, чтобы люди делали то, что они должны делать.

Таким образом, ожидается, что менеджеры будут обеспечивать более высокую производительность или, используя современный жаргон, «постоянное совершенствование».

В более широком смысле менеджмент - это процесс создания и поддержания среды, в которой люди, работая вместе в группах, эффективно достигают выбранных целей. В развернутом виде это базовое определение означает несколько вещей. Во-первых, как менеджеры люди выполняют управленческие функции по планированию, организации, укомплектованию персоналом, руководству и контролю. Во-вторых, менеджмент применим к любой организации. В-третьих, менеджмент применяется к менеджерам на всех уровнях организации. В-четвертых, цель всех менеджеров одна - создать излишки. Наконец, менеджмент связан с производительностью - это подразумевает эффективность и действенность. Таким образом, управление относится к развитию бюрократии, важность которой

определяется необходимостью стратегического планирования, координации, управления и контроля над большим и сложным процессом принятия решений. Таким образом, по сути, управление влечет за собой приобретение управленческой компетенции и эффективности в следующих ключевых областях: решение проблем, администрирование, управление человеческими ресурсами и организационное лидерство.

В первую очередь, менеджмент - это решение проблем, которые постоянно возникают в процессе достижения организацией своих целей и задач. Решение проблем должно сопровождаться выявлением проблем, анализом и внедрением средств устранения управленческих проблем. Во-вторых, администрирование включает следование установленным процедурам (хотя процедуры или правила не следует рассматривать как самоцель) для выполнения, контроля, коммуникации, делегирования и управления кризисами. В-третьих, управление человеческими ресурсами должно быть основано на стратегической интеграции человеческих ресурсов, оценке сотрудников и обмене идеями между акционерами и работниками [2, с. 54]. Наконец, организационное лидерство следует развивать на основе межличностных отношений, командной работы, самомотивации к работе, эмоциональной силы и зрелости, чтобы справляться с ситуациями, личной целостности и общих управленческих навыков.

Есть три основные цели управления. Одна из целей - обеспечить достижение целей и задач организации - с наименьшими затратами и минимальными отходами. Вторая цель - забота о здоровье, благополучии и безопасности персонала. Третья цель - защита механизмов и ресурсов организации, включая человеческие ресурсы.

Чтобы понять управление, необходимо разделить его на пять управленческих функций, а именно: планирование, организация, укомплектование персоналом, руководство и контроль.

Планирование включает в себя выбор миссий и целей, а также действия по их достижению. Это требует принятия решений, т. Е. Выбора будущих действий из числа альтернатив. Планы варьируются от общих целей и задач до наиболее подробных действий, которые необходимо предпринять. Реального плана не существует до тех пор, пока не будет принято решение - выделение человеческих и материальных ресурсов. Другими словами, до принятия решения все, что существует, - это плановое исследование, анализ или предложение; настоящего плана нет.

На менеджеров возложена ответственность за принятие мер, которые позволят отдельным лицам внести свой лучший вклад в достижение целей группы. Таким образом, менеджмент применяется к малым и крупным организациям, к коммерческим и некоммерческим предприятиям, к обрабатывающей промышленности, а также к сфере услуг. Однако конкретная ситуация может значительно отличаться на разных уровнях организации или на разных типах предприятий. Объем имеющихся полномочий может быть разным, а типы решаемых проблем могут значительно отличаться. Все менеджеры добиваются результатов, создавая среду для эффективных групповых усилий. Кроме того, все менеджеры выполняют управленческие функции. Однако время, затрачиваемое на каждую функцию, может отличаться. Таким образом, менеджеры высшего уровня тратят больше времени на планирование и организацию, чем менеджеры более низкого уровня. С другой стороны, руководство отнимает у руководителей первой линии много времени. Разница во времени, затрачиваемом на контроль, у менеджеров разных уровней различается незначительно [3, с. 86].

Таким образом, менеджер является динамичным и животворным элементом любого бизнеса. Без руководства менеджера производственные ресурсы остаются простыми ресурсами и никогда не становятся производством. В условиях конкурентной экономики качество и производительность менеджеров определяют успех бизнеса; действительно, они определяют его выживание.

Таким образом, появление менеджмента в качестве важного, самостоятельного и ведущего института является поворотным событием в социальной истории. Управление, вероятно, останется основным и доминирующим институтом, пока существует сама человеческая цивилизация. Управление, являющееся органом общества, наделенным особым поручением производить ресурсы, то есть нести ответственность за организованный экономический прогресс, отражает основной дух современной эпохи. Фактически, поскольку без управления не обойтись, это объясняет, почему он рос так быстро и с таким небольшим сопротивлением.

Следовательно, развитые и развивающиеся страны очень заинтересованы в компетентности, навыках и ответственности руководства.

Список литературы

1. Арутюнова М.В., Нижарадзе С.Э., Абузярова М.И. Влияние различных стилей руководства на продуктивность управленческой деятельности в организации // Электронный научный журнал. – 2016. – № 11-2. – С. 65-68.

2. Базарбаев А.С. Стиль руководства и его влияние на поведение работников организации // Сб. ст.: Вопросы совершенствования системы государственного управления в современной России. – М.: МАКС Пресс, 2017. – С. 53-59.

3. Волкова В.М., Ананишнев В.М. Стили руководства // Сб. ст.: Актуальные проблемы социологии. Сборник работ аспирантов и студентов ИПССО МГПУ. – М.: Перо, 2017. – С. 81-87.

Кулакова К.К.

Научн. рук.: докт. экон. наук, доц. Поляков В.А.

Тулский филиал Финуниверситета

БИЗНЕС В СТИЛЕ ФАНК

Слово «менеджмент» появилось ещё в древние времена. Издавна людям было необходимо управлять другими людьми, строить взаимоотношения в семье и племени. «Отцами» менеджмента принято считать Ф. Тэйлора и А. Файоля. Эти люди внесли в менеджмент огромный вклад, который помог людям в дальнейшем.

Существует множество определений слова «менеджмент», но если их сравнить и выбрать общее, то получится, что «менеджмент – это средства, методы и виды управления людьми и производством для достижения поставленных целей» [3].

Менеджмент важен абсолютно везде, особенно если дело касается управления компанией и сотрудниками в ней. От того, как ведёт себя руководитель, будет зависеть дальнейшая судьба всех процессов.

Не так давно появилось направление фанки-бизнеса. Бизнес – это некая деятельность, которая направлена на систематическое получение прибыли. Но у бизнеса есть свои особенные направления (стили), и их достаточно много. Фанки-бизнес – одно из направлений бизнеса. Подробнее об этом направлении написано в книге Кьелла Нордстрема и Йонаса Риддерстрале «Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта». Сейчас хотелось бы всё-таки разобраться что такое «бизнес в стиле фанк» и рассмотреть его особенности.

По мнению авторов, главным средством производства является «скромное серое вещество весом приблизительно 1,3 кг. Это человеческий мозг» [1]. Единственным минусом этого средства производства является то, что человеческий мозг плохо изучен учёными и мы до конца не знаем, на что способен наш мозг. Если раньше всё зависело от природных, трудовых и финансовых ресурсов, то сейчас всё зависит от человека, от его знаний. Сейчас мы всё чаще сталкиваемся с ситуациями, где от нас требуются определённые знания. Если этих знаний у нас нет, то мы проиграли. Но не всё так

плохо. В эпоху цифровизации мы можем получить абсолютно любую нужную нам информацию, прямо не выходя из дома.

Нетрудно заметить, что конкуренция на рынке стала жёстче. Конкурируют не только страны и компании, но и отдельные люди. Все мы являемся участниками глобальной конкуренции, гонки за лучшую жизнь. Чтобы выиграть в этой конкуренции, у фирмы должно быть особое преимущество, то, что отличает её от других. Важно, чтобы эта уникальность была достигнута таким же уникальным путём. «Нормальность – это дорога в никуда» [1]. Нужно быть уникальным во всём: в упаковке своего товара, в своей идеи, в отношении к своим работникам и так далее.

Инновации могут помочь с уникальностью. Это то, что вас отличит от других, ведь если вы изобретёте то, чего не было ранее, первенство, что это повторят, сокращается в разы. «Среда, где поощряются инновации, должна быть исключительно терпима к ошибкам» [1]. Невозможно создавать что-то новое, не допуская ошибок. Основная проблема состоит в том, что большинство руководителей этого не понимают и штрафуют своих сотрудников за эти ошибки. Из-за этого у многих сотрудников пропадает интерес создавать что-то новое. Наоборот, рвение к инновациям нужно поощрять.

Так как же выглядит эта модель фанки-фирмы и в чём ее особенности? В модели фанки-фирмы выделяют три пересекающиеся системы – должностей, профессий и процессов. К первой системе относятся ваши связи с людьми и контакты с ними. Система профессий представляет из себя совокупность людей и их знаний. А структура процессов отражает то, что происходит в действительности. Важный момент заключается в том, что ни одна из этих систем не должна доминировать над другой. Всего выделяют шесть основных особенностей фанки-фирмы:

1. Меньше. В нашем мышлении заложен тот факт, что успешная фирма – это большая фирма. Однако, в действительности это не всегда так. «Как только возникает ситуация, когда люди в одном здании перестают узнавать друг друга в лицо, пропадает личностный фактор, и это – тот самый момент, когда пора разбивать компанию» [1]. Согласно исследованиям, человек становится более изобретательным и находчивым, если он работает в небольших группах.

2. Меньше уровней. Если сократить число звеньев между высшими и низшими уровнями, то найти и решить проблему получится гораздо быстрее.

3. Временная. Под временной организацией понимается тот факт, что большая часть всех работ выполняется в группах, в виде проектов. Это удобно, но это не подойдёт тем людям, которые привыкли действовать согласно определённому плану.

4. Горизонтальная. Большинство гениальных идей возникает в среднем звене организации. Вертикальная иерархия представляет собой модель, где на высших уровнях сидят самые умные люди, а на низших – те, кто просто выполняют работу. Поэтому будет логичнее, если у фирмы будет горизонтальная организационная структура.

5. Циркулярная. Ещё одной особенностью человека является то, что он имеет огромные способности к самоорганизации только тогда, когда получает всестороннюю оценку своей деятельности. Пока мы получаем отзывы о своей деятельности со стороны окружающих, мы можем прекрасно координировать свои действия, как только отзывы прекращаются – мы не знаем, что делать.

6. Открытая. Недостаточно просто изменить внутреннюю структуру фирмы, нужно изменить мышление в целом. В идеальном будущем, важны будут взаимосвязи и цепочки фирм, где каждая из них не только что-то получает, но и отдаёт взамен.

Лидеры в обычной фирме и фанки-фирме это совершенно разные люди. Мы привыкли, что лидер – это тот, кто отвечает за порядок в коллективе, координирует всех. Но что будет, если убрать этого лидера из структуры обычной фирмы? Наступит хаос. Люди привыкли к тому, что ими руководят, что им указывают, что надо делать, привыкли думать как обычно. Задача фанки-лидера привносить в коллектив эту частичку хаоса. Это помогает избавиться от обыденного мышления, позволяет смотреть по-другому на обычные вещи, искать новые решения проблем. Фанки-лидеры должны создавать баланс между порядком и хаосом.

Все люди разные. Каждому из нас требуется особое внимание, особый подход. Руководителям фирм нужно уделять больше внимания своим сотрудникам, знать, о чём они мечтают, что их беспокоит. Поскольку люди разные, мотивация тоже должна быть разная. «По данным Росстата, 16.1% безработных, имеющих опыт работы, ушли с прошлого места занятости из-за сокращения штата, закрытия компании или собственного дела. Ещё 26.6% респондентов уволились по собственному желанию» [2]. Если сотрудников что-то не устраивает на рабочем месте, чаще всего, они увольняются по собственному желанию. Около двадцати семи процентов сотрудников что-то не устраивало на работе, это повод для руководителей задуматься о мотивации своих подчинённых. «Мотивация всё больше

базируется на человеческих ценностях, а не на деньгах» [1]. Это действительно так. Да, остались люди, которым важны только деньги, но сейчас всё больше людей заботятся о своём внутреннем состоянии, им важно, чтобы их понимали и к ним прислушивались.

«Звёзды притягивают звёзд, к неудачникам тянутся только неудачники» [1]. Необходимо изменить отношение не только к сотрудникам, но и к покупателям. Большинство фирм относится к своим покупателям так, как будто они обязаны купить их товар. Но ведь это совершенно не так, потребитель никому ничего не должен. Мы должны быть благодарны потребителям за то, что они выбрали именно наш товар. Каждый потребитель хочет, чтобы к нему относились особенно. Если мы ценим наших покупателей, они это чувствуют, и это чувствуют другие. Так повышается вероятность того, что количество людей, которые покупают товар фирмы, увеличится.

В фанки-бизнесе существует такой термин, как «экономический эффект задушевности». Он означает, что компании думают не только о своем товаре, но и о своих покупателях, об их эмоциях при покупке данного товара. Душа человека – это нечто сокровенное, она неразрывно связана с нашими эмоциями и чувствами. Если фирме удалось создать такой товар, который трогает людей за душу, они выиграли. Их товар будут покупать, потому что покупателям важно чувствовать определенные эмоции при покупке товара.

Теперь, когда мы разобрались в том, что такое фанки-бизнес, нужно понять, где можно и нужно его применять. Исходя из всего вышесказанного, я хочу предложить использовать данный стиль в тех случаях, когда на работе слишком много рутины или нужны новые решения старых задач. Люди могли бы делать эту работу с большим творчеством, если бы начальство им это позволило. Но сейчас чаще всего мы видим скучные офисы, в которых люди просто являются обыкновенной серой массой. Я считаю, что главной особенностью фанки-фирмы является то, что большинство всей работы выполняется в небольших группах. Это позволяет людям творчески подходить к заданию, высказывать свои мысли и предложения, а главное, знать, что тебя услышали и поняли. Однако, данный стиль управления не подойдёт компаниям, где дисциплина и сдержанность – одни из основных критериев работы. Фанки-стиль – это некая свобода действий, за которую ты сам берёшь ответственность.

Подводя итоги, необходимо отметить, что в наше время достаточно редко можно встретить фанки-фирму. Это легко объяснить тем, что люди боятся пробовать что-то новое без необходимости. Но иногда стоит рисковать и пробовать что-то новое. Фанки-бизнес – это

лотерея. Если вы участвуете в ней, то ваш шанс проиграть равен 99 процентам, но не стоит забывать про еще 1 процент. Именно за этот один процент следует бороться. Но если просто сдаться и даже не попробовать, то шанс проиграть в глобальной конкуренции равен 100 процентам. Фанки-фирма – это глоток свежего воздуха. Именно бизнес в стиле фанк поможет решить некоторые из основных проблем современного менеджмента, например такие, как неправильная мотивация сотрудников или неквалифицированные менеджеры старшего звена.

Список литературы

1. Нордстрем К.А., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта: учебник. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2002. 279 с.
2. Росстат выяснил основные причины увольнений в России [Электронный ресурс]: <https://www.rbc.ru> (дата обращения: 10.05.2021).
3. Что такое менеджмент: определение, основы, функции, виды и методы эффективного руководства компаний [Электронный ресурс]: <https://p-business.ru> (дата обращения: 10.05.2021).

Курохтина Н.В., Маренов Н.Д.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тульский филиал Финуниверситета ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОГО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

В современном российском обществе во сферах жизни общества происходят процессы цифровизации с использованием новейших информационно-коммуникационных технологий. Внедрение инновационного развития не обошло стороной и область здравоохранения. Особенно пандемия коронавируса показала необходимость форсировать цифровизацию здравоохранения.

На сегодняшний день в системе российского здравоохранения происходит повсеместная автоматизация и информатизация, которая проявляется во внедрении новых медицинских и телемедицинских технологий, системы электронного документооборота, единой медицинской электронной карты, личного кабинета пациента и различных других нововведений с использованием цифровых технологий.

В апреле 2019 года на заседании итоговой коллегии Минздрава, Скворцова, министр здравоохранения, сообщила, что уже более 15 тысяч медицинских организаций внедрили информационные системы, автоматизировано около 600 рабочих мест врачей, к региональным

телемедицинских системам уже подключено 6,5 тысяч медицинских организаций, а в личном кабинете пациента «Мое здоровье» на Едином портале государственных услуг в 2019 году услугами воспользовались 10,3 млн человек — в 2,8 раза больше, чем годом ранее. [7]

В рамках единого информационного пространства в ближайшие пять лет планируется сформировать «цифровые контуры», который должен повысить эффективность управления, точность статистики и качество медицинской помощи — данные позволят детально анализировать заболеваемость в масштабах страны. [4]

Для того чтобы более конкретно проанализировать процесс цифровой трансформации российской системы здравоохранения, следует рассмотреть её основные направления и перспективы. Обратимся к Стратегии развития здравоохранения Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденной Указом Президента от 6 июня 2019 года №254. [2]

Сама стратегия направлена на реализацию основных задач и национальных приоритетов Российской Федерации в области охраны здоровья граждан, государственных программ, внедрения информационно-коммуникационных технологий в сферу здравоохранения. Целью Стратегии является создание условий, которые будут обеспечивать доступную и качественную медицину для граждан нашей страны, в том числе и в рамках цифровой экосистемы.

К приоритетным направления «цифрового» развития здравоохранения согласно данному нормативно-правовому документам можно отнести следующие: [7]

- Обеспечение доступности медицинской помощи населению путём завершения формирования трехуровневой системы организации оказания медицинской помощи с использованием информационных технологий
- Внедрение телемедицинских и других современных технологий в сферу здравоохранения
- Внедрение электронного документооборота, введение электронной записи и электронной карточки пациента
- Оптимизация информационно-технологических процессов
- Широкомасштабное использование технологий обработки больших массивов данных (Big Data), применение искусственного интеллекта в системе диагностики
- Цифровизация системы здравоохранения с акцентом на обеспечение единого информационного пространства как в помощь

врачам и медицинским организациям, так и для удобства и комфорта использования медицинских услуг гражданами.

Остановимся подробнее на рассмотрении внедрении телемедицинских технологий, искусственного интеллекта и функционировании единого информационного пространства в сфере здравоохранения.

Телемедицинские технологии обеспечивают дистанционное взаимодействие медицинских работников, пациентов между собой, документирование при проведении консультаций и дистанционного медицинского наблюдения.

Телемедицинские технологии могут использоваться при оказании следующих видов медицинской помощи:

- а) первичной медико-санитарной помощи;
- б) специализированной, в том числе высокотехнологичной, медицинской помощи;
- в) скорой, в том числе скорой специализированной, медицинской помощи;
- г) паллиативной медицинской помощи.

Медицинская помощь с применением телемедицинских технологий может оказываться в любых условиях: вне медицинской организации, амбулаторно, в дневном стационаре, стационарно. Условия оказания помощи определяются фактическим местонахождением пациента.

Консультации (консилиумы врачей) с применением телемедицинских технологий проводятся:

- а) в экстренной форме - при внезапных острых заболеваниях, состояниях, обострении хронических заболеваний, представляющих угрозу жизни больного;
- б) в неотложной форме - при внезапных острых заболеваниях, состояниях, обострении хронических заболеваний без явных признаков угрозы жизни больного;
- в) в плановой форме - при проведении профилактических мероприятий, при заболеваниях и состояниях, не сопровождающихся угрозой жизни больного, не требующих экстренной и неотложной медицинской помощи, и отсрочка оказания которой на определенное время не повлечет за собой ухудшение состояния больного, угрозу его жизни и здоровью. [3]

Данные технологии в сфере здравоохранения развивают тенденцию к «доступной медицине» для всего населения Российской Федерации. Географические особенности некоторых субъектов РФ делают особенно востребованным сценарий телемедицины. Например,

в республиканской больнице № 2 Республики Саха (Якутия) работает телемедицинский центр для консультации врачей из отдаленных районов, где не хватает узких специалистов. Телемедицинский сценарий «врач — пациент», в свою очередь, позволяет пациентам с тяжелыми хроническими заболеваниями сократить число посещений больницы, оказать вовремя квалифицированную медицинскую помощь. Но есть небольшие нюансы: согласно закону о телемедицине, врач не имеет права давать какие-либо рекомендации без первичного приема. Но на повторный прием ограничений нет, поэтому многие клиники внедряют телемедицину. [6]

Внедрение искусственного интеллекта в медицинскую отрасль сегодня это не далекое будущее, а наша реальность. Технологии искусственного интеллекта существенно меняют систему здравоохранения, а именно упростят оказание медицинских услуг, сделают их лучшего качества. Искусственный интеллект применяют для диагностики заболеваний, выявление групп людей с высоким риском заболевания, автоматизации процессов в больницах, адаптации терапии и состава лекарств для каждого отдельного пациента и многие другие функции. [7]

По прогнозам экспертов к 2025 году размер мирового рынка искусственного интеллекта в здравоохранении составит около 28 млн. долларов.

Если же говорить о России, то порядка десяти компаний ведут подобные разработки, в их числе искусственный интеллект «Цельс». На данный момент система уже умеет анализировать маммограммы и флюорограммы, ведется разработка решений для КТ и морфологии. Также мы видим развитие продукта и в других направления функциональной диагностики. [5]

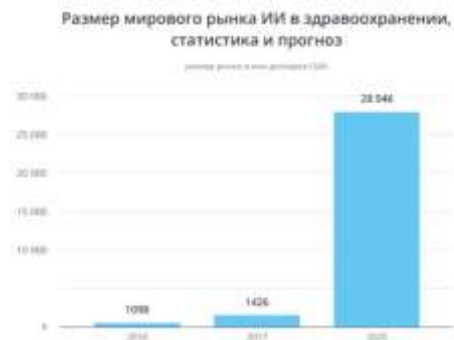


Рис. 1 Размер мирового рынка ИИ в здравоохранении. [10]

Говоря о создании и функционировании единой информационной платформы в сфере здравоохранения, то все это планируется осуществить с помощью внедрения Федеральной государственной информационной системы «Единая государственная информационная система в сфере здравоохранения». В данную систему будут включены: система нормативно-справочной информации, введение электронной медицинских карты и электронного документооборота, электронных сервисов для оказания медицинских услуг, информационных систем для эффективного взаимодействия медицинских работников между собой и пациентами.

Рассматривая же правовые основы, то здесь можно обратиться к федеральному закону от 21.11.2011 N 323-ФЗ (ред. от 30.04.2021) "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации", где написано, что информационное обеспечение в сфере здравоохранения осуществляется посредством создания, развития и эксплуатации федеральных государственных информационных систем в сфере здравоохранения, информационных систем в сфере здравоохранения Федерального фонда обязательного медицинского страхования, в том числе развития и эксплуатации государственной информационной системы обязательного медицинского страхования, и территориальных фондов обязательного медицинского страхования, государственных информационных систем в сфере здравоохранения субъектов Российской Федерации, медицинских информационных систем медицинских организаций, информационных систем фармацевтических организаций. [1]

Анализируя процесс внедрения цифровых технологий в здравоохранение. Можно сказать, что благодаря цифровизации медицины возникают более тонкие и прозрачные процессы и значительно улучшается связь между персоналом здравоохранения и их пациентами. Повышается качество оказания услуг и их скорость, что тоже влечет за собой положительный эффект. Так же мы пришли к выводу, что простое внедрение it технологий не даст желаемый результат, без двух важных элементов. Первое – это проведение цифровизации совместно с реализацией концепции бережливого производства, и как следствие, минимизация убытков и максимизация прибыли. Второе – это более пристальный отбор стартапов, внедрение которых не всегда является эффективным.

Для проведения такого отбора нужно, чтобы отборочная комиссия состояла из людей с разных отраслей, то есть, не только экономисты, предприниматели и политические деятели, но и профильные врачи, которые смогут со своей точки зрения сказать, о

том, насколько та или иная технология будет эффективна. Кроме этого, должна отсутствовать коррупционная составляющая. Только тогда получится найти не просто выгодные «на бумаге» стартапы, а именно эффективные на местах проекты, которые в будущем получится окупить. Таким образом, можно говорить о том, что процесс цифровизации необходим здравоохранению, но только тогда, когда будет готова основа такого внедрения технологий. [8]

Список литературы

1. Федеральный закон от 21.11.2011 N 323-ФЗ (ред. от 30.04.2021) "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации" [Электронный ресурс] // <http://www.consultant.ru>;
2. Указ Президента РФ от 6 июня 2019 г. N 254 "О Стратегии развития здравоохранения в Российской Федерации на период до 2025 года" [Электронный ресурс] // <http://www.garant.ru/>;
3. Приказ Министерства здравоохранения РФ от 30 ноября 2017 г. № 965н "Об утверждении порядка организации и оказания медицинской помощи с применением телемедицинских технологий" [Электронный ресурс] // <http://www.consultant.ru>;
4. Милкова Э. Г. А.В. ИННОВАЦИОННЫЙ КОНТУР В ЗДРАВООХРАНЕНИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ [Электронный ресурс] // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета 2021. <https://cyberleninka.ru>;
5. Салимьянова И.Г. Дячук А.В. ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ: К ЧЕМУ ПРИВЕДЕТ ЦИФРОВИЗАЦИЯ? [Электронный ресурс] // Инновации и инвестиции 2021. <https://cyberleninka.ru>;
6. Тихомирова А. А. Котиков П. Е. Дохов М. А. ЦИФРОВОЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЕ В РОССИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ РЕШЕНИЯ [Электронный ресурс] Медицина: теория и практика 2019. <https://cyberleninka.ru>;
7. Чесалов А.Ю Цифровая трансформация [Электронный ресурс]: техническая литература. М.: Издательские решения. 2020. 278с. <https://www.litres.ru>;
8. Шапиро С. Р. Коновалова М. Е. ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ [Электронный ресурс] // Столыпинский вестник. 2021. <https://cyberleninka.ru>;
9. Искусственный интеллект в медицине: как ожидания не совпали с реальностью [Электронный ресурс] // РБК. <https://trends.rbc.ru>;

10. Искусственный интеллект в медицине: применения и перспективы [Электронный ресурс] // Бизнес-портал VC.RU. <https://vc.ru;>

Летов К.С.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Коренько Е.А.

Липецкий филиал РАНХиГС

УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Денежный поток – важная часть любого бизнеса. Бизнес может пережить недостаток прибыли, но не может пережить недостаток денежных потоков. Управление дебиторской задолженностью - одна из важнейших частей любого малого или крупного бизнеса. Следовательно, важно знать о решениях по управлению дебиторской задолженностью.

Когда мы начинаем бизнес, самое сложное - это продажи. Но как только мы закончили продажи, мы переходим к более сложной части - дебиторской задолженности. Да, сбор причитающейся оплаты от покупателей - это иногда более сложная задача, чем сама продажа.

Очень мало предприятий, которые могут позволить себе роскошь получать деньги перед продажей, то есть продавать в счет предоплаты. Большинство компаний продают свои предложения в кредит. Это означает, что они заберут деньги после продажи.

Хотя на первый взгляд это выглядит очень просто, управление дебиторской задолженностью дебиторов может быть очень сложной задачей в зависимости от характера бизнеса. По мере роста бизнеса и усложнения предложения, процесс сбора платежей должен разрабатываться соответствующим образом [1, с. 105].

Таким образом, весь процесс определения кредитной политики, установки условий оплаты, отслеживания платежей и, наконец, своевременного сбора причитающихся платежей можно определить как управление дебиторской задолженностью.

Дебиторская задолженность (или дебиторская задолженность) представляет собой средства, причитающиеся бизнесу со стороны его клиентов (заказчиков). Она отображается на его балансе как актив. Дебиторская задолженность представляет собой денежную задолженность организаций перед фирмой за продажу товаров или услуг в кредит. В большинстве коммерческих организаций дебиторская задолженность обычно оформляется путем выставления счета-фактуры и его отправки по почте или в электронном виде клиенту, который, в свою очередь, должен оплатить его в

установленные сроки, называемые условиями кредита или условиями платежа [2, с. 35].

Сбор средств и кассовые сборы являются частью отдела дебиторской задолженности. Пока отдел инкассации ищет должника, кассирша применяет полученные деньги.

Платеж должен быть произведен в конце 30 дней с даты выставления счета. Должник может произвести платеж досрочно. Предприятия могут предложить скидку на досрочную оплату.

Дебиторская задолженность классифицируется как оборотные активы при условии, что она подлежит погашению в течение одного года. Чтобы записать в журнале запись о продаже на счет, необходимо дебетовать дебиторскую задолженность и кредитовать счет доходов. Когда клиент оплачивает свои счета, он дебетует денежные средства и кредитует дебиторскую задолженность в журнале. Конечное сальдо в пробном балансе дебиторской задолженности является обычно дебетовым.

Существует метод резерва, при котором создается счет противодействия активам, резерв на сомнительные счета или резерв по сомнительным долгам, что приводит к уменьшению сальдо дебиторской задолженности [3, с. 251].

Сумма резерва по сомнительным долгам может быть рассчитана двумя способами: путем анализа каждого отдельного долга и принятия решения о его сомнительности или путем предоставления фиксированного процента от суммы долга. Изменение резерва по сомнительным долгам из года в год проводится на счет расходов по сомнительным долгам в отчете о прибылях и убытках.

Также есть метод прямого списания, который позволяет одной простой записью уменьшить дебиторскую задолженность до чистой стоимости реализации. Запись состоит из дебетования счета расходов по безнадежной задолженности и кредитования соответствующей дебиторской задолженности в книге продаж.

Отсутствие надлежащего внутреннего контроля может привести к мошенничеству с финансовой отчетностью (преднамеренно искаженная финансовая отчетность) или хищениям (кражам). В этом случае могут потребоваться услуги судебного бухгалтера.

Это часто связано с расследованием гражданских или уголовных преступлений, связанных с должностными лицами, таких как мошенничество, хищение и общее злоупотребление средствами. Типичными инструментами, используемыми в судебной экспертизе, являются банковские записи, личные финансовые отчеты, интервью и кредитные отчеты. В обязанности судебного бухгалтера входит сбор и

анализ доказательств и предоставление четких, точных и беспристрастных отчетов, отражающих результаты расследования.

Список литературы

1. Войтоловский Н.В. Экономический анализ. Основы теории. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности организации: учебник для вузов. -3-е изд. -М.: Юрайт, 2012.-201 с.

2. Гончаренко Л. П. Экономическая безопасность: учебник. -М.: Издательство Юрайт, 2016.-480 с.

3. Чернышева Ю. Г. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации). -М.: Инфра-М, 2021.-421 с.

Ломейко А.А., Рагель М.С.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Лемеш В.Н.

Белорусский государственный экономический университет ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КАЧЕСТВО АУДИТА

В каждой аудиторской организации имеется свое видение о параметрах аудиторской проверки, формах и методах оказания аудиторских услуг, что обуславливает различия в требованиях, предъявляемых к их качеству. Зачастую при оценке качества услуг, оказываемых аудиторской организацией, во внимание берут ряд его особенностей: маркетинговые, финансовые, организационные и функциональные особенности [1, 5].

Маркетинговые особенности обусловлены следующими условиями:

1) выделением на рынке аудиторских услуг двух категорий клиентов: проходящие аудиторские проверки в связи с законодательными требованиями и проходящие проверки добровольно;

2) высокий уровень конкуренции среди организаций, оказывающих аудиторские услуги;

3) большое количество потребителей результатов аудиторских проверок.

Финансовые особенности аудиторских услуг включают ряд характерных признаков:

1) объем, оказываемых аудиторских услуг, определяется опираясь на объем деятельности организации и номенклатуру проверяемых документов клиента;

2) стоимость аудиторских услуг устанавливается исходя из условий рынка и репутации компании;

3) низкая сезонность спроса аудиторских услуг.

К организационным особенностям относятся:

- 1) независимость аудитора от клиента, устанавливаемая законодательством;
- 2) возможность вовлечения клиента в процесс оказания услуг, сопутствующих аудиту.

Аудиторским услугам присущи следующие функциональные особенности: высокий уровень квалификации сотрудников; ассортимент оказываемых компанией услуг зависит от компетенций аудиторов и возможностей осуществления мониторинга и анализа рынка.

Ответственными за надлежащее проведение аудиторских проверок выступают как аудиторы, так и аудиторские организации. Вероятность последовательного проведения качественных аудиторских проверок во многом определяется совокупностью факторов, которые способны побудить аудиторов и иных заинтересованных лиц пересмотреть результативность выполнения своих работ и осмыслить необходимость повышения эффективности оказываемых услуг путем принятия дополнительных мер. В связи с этим изучение основных факторов, оказывающих влияние на качество аудита, приобретает особую актуальность [2, 3].

Выделяют следующие основополагающие факторы, которые непосредственно влияют на спрос аудиторских услуг [5]:

– изменения в законодательстве. Изменения законодательства в области бухгалтерского учета, налогообложения носят регулярный характер, что вызывает увеличение спроса на аудит как средство защиты компании путем представления интересов организации аудиторской фирмой.

– приобретение аудиторской услуги обусловлено требованиями законодательства. Цель аудита, по мнению потребителей, – получение аудиторского заключения о соответствии бухгалтерской отчетности требованиям законодательства для последующего представления контролирующим органам и иным заинтересованным лицам или установление фактического состояния учета и устранение неблагоприятных явлений в организации.

– доверие заказчика аудиторю. Причиной недоверия может служить наличие случаев некачественного оказания аудиторских услуг данным аудитором.

– общественное мнение. Непосредственным условием для увеличения конкурентных преимуществ организации на рынке является положительное общественное мнение о ее деятельности.

Факторы, оказывающие влияние на предложение, можно разделить на законодательные (изменение критериев обязательного аудита, защита заказчиков аудиторских услуг от недобросовестного аудита путем введения законодательных ограничений и др.) и технологические (новые стандарты и разработки в сфере аудита, применение современной вычислительной техники).

Немаловажными являются факторы микросреды, оказывающие влияние на качество аудита и на перечень предоставляемых аудиторами услуг. К ним относятся: количество высококвалифицированных аттестованных специалистов, степень внедрения и освоения автоматизированной и цифровой техники, сотрудничество с аудиторскими организациями, разработка и применение собственных методик оказания услуг, потребность инвестиций, изменение формы собственности, изменение вида деятельности и др. [5].

Следует признать, что существенными факторами, от которых зависит качество заключения аудитора, является внешний (государство и общественность) и внутренний (внутрифирменный) контроль. Результативность внешнего контроля определяется совокупностью прав и полномочий аудиторов, штрафными санкциями за недоброкачественное оказание аудиторских услуг, совершенствованием законодательства в области аудита [1, 4]. Эффективность внутреннего контроля во многом зависит от выполнения аудиторскими организациями требований законодательства при осуществлении аудиторской деятельности, осуществления внутренней оценки качества работы аудиторов в соответствии с установленными аудиторской организацией внутренними правилами аудиторской деятельности.

Обобщая вышесказанное, необходимо отметить, что при оценке качества услуг, оказываемых аудиторами, во внимание берут ряд его особенностей: маркетинговые, финансовые, организационные и функциональные особенности. Ответственными за надлежащее проведение аудита выступают как аудиторы, так и аудиторские организации, в связи с чем важное значение приобретает необходимость изучения и систематизации факторов, оказывающих влияние на качество аудита. Отчетливое понимание данных факторов способно побудить аудиторов и иных заинтересованных лиц пересмотреть результативность выполнения своих работ и в разы повысить качество аудиторского заключения, и соответственно, оказать положительное влияние на деятельность организации. В данном исследовании выделены основополагающие факторы, которые

непосредственно влияют на спрос и предложение на аудиторские услуги, факторы микросреды, оказывающие влияние на перечень предоставляемых аудиторами услуг и две группы факторов, непосредственно связанные между собой – внешние и внутренние. Вместе с тем к числу внешних факторов следует отнести контроль государства и общественности за качеством аудита, а к внутренним – внутрифирменный контроль.

Список литературы

1. Лемеш В. Н. Организация контроля качества аудита в Республике Беларусь: состояние и перспективы развития / В. Н. Лемеш // Научные труды Белорусского государственного экономического университета / М-во образования Респ. Беларусь, Белорусский гос. экон. ун-т; [редкол.: В. Н. Шимов (гл. ред.) и др.]. - Минск: БГЭУ, 2018. — Вып. 11. – 645. С. 259-265.

2. Качество аудита: точка зрения IAASB [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ifac.org/system/files/publications/files/IAASB-2014-At-a-Glance-A-Framework-for-audit-quality.pdf> (дата обращения: 12.05.2021).

3. Качество аудиторских услуг и критерий его оценки // Репозиторий Полесского государственного университета [Электронный ресурс]. URL: <https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/14157/1/Saduakasova%20M.B.%2C%20Temirbekova%20L.A.%2C%20Berdikhodzhaeva%20M.S..pdf> (дата обращения: 12.05.2021).

4. Морунов В. В. Основные факторы, влияющие на качество аудита [Электронный ресурс]. URL: <file:///C:/Users/osnovnye-factory-vliyayuschie-na-kachestvo-audita.pdf> (дата обращения: 12.05.2021).

5. Чепурнова, Е.И. Анализ факторов, определяющих качество аудита как товара [Электронный ресурс]. URL: <file:///C:/Users/analiz-faktorov-opredelyayuschih-kachestvo-audita-kak-tovara.pdf> (дата обращения: 12.05.2021).

Лопаткина А.Н., Котова А.А.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ РАБОТОЙ И КОНТРОЛЬ ИСПОЛНЕНИЯ ПОРУЧЕНИЙ

Удовлетворенность работой является основным критерием, который удовлетворяет потребности персонала, а также выступает фактором, определяющим эффективность работы компании.

Однако в настоящее время, когда остро встала проблема угрозы Covid-19, организациям пришлось перейти на удаленную работу. Для многих работников дом стал вторым местом работы. В то же время прекратилось функционирование образовательных учреждений. Это привело к общему снижению удовлетворенности работой.

Достижение карьерной позиции, которое было усложнено ситуацией в мире и переходом на удаленную работу, повышает удовлетворенность трудом и уверенность работника в благополучии в будущем. «Соответственно, если экономическая полезность должностной позиции превышает экономические инвестиции для ее занятия, то карьерная позиция является перспективной, в противоположной ситуации – тупиковой» [1].

Современные исследователи доказали, что на неудовлетворенность работой сотрудников влияют психологические и личностные факторы. К ним можно отнести условия труда, оплату труда, статус, политику компании и другое. Психологами было выделена базовая самооценка, которой люди придерживаются во взгляде на себя и того, что они могут принести в этот мир. Она является фундаментом и состоит из следующих черт:

1. Самоуважение;
2. Самоэффективность;
3. Локус контроля;
4. Эмоциональная стабильность.

Для достижения каждым работником индивидуальной удовлетворенности трудом, а также повышения уровня мотивации у всех сотрудников в целом, существует эффективная система организационного поведения. Таким образом, создаются двусторонние отношения, где менеджер и сотрудники достигают взаимной выгоды посредством влияния друг на друга.

Удовлетворенность труда зависит от нескольких критериев. В-первых, исследования показали, что серьезное влияние оказывает культурное различие. Например, доминиканцы более удовлетворены работой, чем американцы, работающие с ними в одной компании. Нежелание работников выражать честное мнение о работе и работодателе является вторым критерием. К другим относят адекватный заработок и эффективность работы, удобный рабочий график, совмещение личной и рабочей жизни, стабильность и безопасность, равные возможности достойного обращения.

Но при всех возможных критериях удовлетворенности работой необходимо помнить об исполнительской дисциплине. Этот термин подразумевает под собой выполнение задач, которые были поставлены

перед работником, качественно и в указанное время. Эта дисциплина включает в себя указанные ниже критерии:

- 1) Ответственность;
- 2) Оперативность;
- 3) Качество;
- 4) Своевременность;
- 5) Результативность.

«Для эффективной системы контроля необходимо, чтобы: 1) все поручения руководителя были зафиксированы и внесены в единое хранилище; 2) представители системы соответствовали типичным управленческим запросам руководителя; 3) было проведено регулярное слежение за исполнением поручений в соответствии с их важностью; 4) руководитель получал отчеты о статусе поручений» [4].

Таким образом, каждая организация требует осуществления контроля исполнения поручений, так как он положительно влияет на эффективность деятельности предприятия. При этом не стоит забывать об организации благоприятных условий работника.

Список литературы

1. Максимцова М. М., Горфинкель В. Я. Современный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник. М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2018. 299 с. <http://znanium.com>. (дата обращения: 12.05.2021).

2. Резник С. Д. Организационное поведение [Электронный ресурс]: учебник. М.: ИНФРА-М, 2021. 433 с. <http://znanium.com>. (дата обращения: 10.05.2021).

3. Сотникова С. И. Управление персоналом: деловая карьера [Электронный ресурс]: учеб. пособие. М.: РИОР: ИНФРА-М, 2018. 328 с. <http://znanium.com>. (дата обращения: 02.05.2021).

4. Брыкалов С. М., Балыбердин А. С. Контроль исполнения поручений как один из эффективных инструментов управления организацией // Менеджмент в России и за рубежом. 2019. № 6. С. 84-89.

5. Бочкарева С. Д., Камнева Е. В. Удовлетворенность работой: диагностика и результаты // Проблемы теории и практики управления. 2021. № 3. С. 158-161.

Майорова Е.С.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тулский филиал Финуниверситета

АУДИТ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Целью проверки финансовых результатов является установление соответствия применяемой предприятиями методики учета операций по формированию и использованию финансовых результатов нормативным документам, действующим в Российской Федерации. Это необходимо для установления достоверности конечного финансового результата и бухгалтерской (финансовой) отчетности во всех существенных аспектах. [4].

Финансовый результат компании является основным индикатором успешности ее деятельности. Аудит финансовых результатов осуществляется для подтверждения корректности отражения финансового результата предприятия в бухгалтерском учете и соблюдения положений соответствующих нормативных актов.

Как и аудит любого другого участка бухгалтерского учета, аудит финансового результата состоит из стадии планирования и стадии реализации. Стадия планирования, в свою очередь, состоит из:

- предварительного планирования;
- составления общего плана;
- подготовки программы аудита.

Предварительное планирование связано с формированием у аудитора понимания общей картины деятельности предприятия, ситуации в отрасли и возможных особенностей, на которые следует обратить внимание во время аудита. Даже если предприятие аудируется не первый год, эти данные необходимо обновлять. [7]

Этапы аудита финансовых результатов организации:

7. Планирование и разработка программы проверки;
8. Сбор аудиторских доказательств в соответствии с разработанной программой;
9. Изучение положений учетной политики по направлениям данного участка проверки;
10. Изучение первичных документов документов по формированию финансовых результатов;
11. Изучение оборотных ведомостей;
12. Изучение форм отчетности;
13. Проверка правильности распределения финансовых результатов.

Аудит учета финансовых результатов осуществляется в соответствии с ПБУ 9/99 («Доходы организации») и ПБУ 10/99

(«Расходы организации») признают доходами увеличение, а расходами – уменьшение экономических выгод в результате поступления или выбытия активов, а также погашения или возникновения обязательств, приводящих к соответствующим изменениям капитала предприятия. В указанных нормативных актах приводится группировка доходов и расходов для отражения их в бухгалтерском учете и отчетности, дается их определение и порядок признания в учете.

Согласно п. 16 ПБУ 10/99 расходы признаются в бухгалтерском учете при наличии следующих условий:

- расход производится в соответствии с конкретным договором, требованием законодательных и нормативных актов, обычаями делового оборота;
- сумма расхода может быть определена;
- имеется уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет уменьшение экономических выгод организации. Уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет уменьшение экономических выгод организации, имеется в случае, когда организация передала актив либо отсутствует неопределенность в отношении передачи актива.

Если в отношении любых расходов, осуществленных организацией, не исполнено хотя бы одно из названных условий, то в бухгалтерском учете организации признается дебиторская задолженность. [3]

В соответствии с п.12 ПБУ 9/99 выручка признается в бухгалтерском учете при наличии следующих условий:

- организация имеет право на получение этой выручки, вытекающее из конкретного договора или подтвержденное иным соответствующим образом;
- сумма выручки может быть определена;
- имеется уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет увеличение экономических выгод организации. Уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет увеличение экономических выгод организации, имеется в случае, когда организация получила в оплату актив либо отсутствует неопределенность в отношении получения актива;
- право собственности (владения, пользования и распоряжения) на продукцию (товар) перешло от организации к покупателю или работа принята заказчиком (услуга оказана);
- расходы, которые будут произведены или будут произведены в связи с этой операцией, могут быть определены.

Если в отношении денежных средств и иных активов, полученных организацией в оплату, не исполнено хотя бы одно из названных условий, то в бухгалтерском учете организации признается кредиторская задолженность, а не выручка.[2]

Учитывая операции по финансовым результатам организации, самыми частыми можно считать несколько ошибок:

- включение в состав расходов от обычной деятельности прочих расходов;
- неправомерное использование прибыли текущего отчетного периода;
- некорректная корреспонденция счетов;
- неверное отнесение доходов и расходов к прочим;
- неправильное распределение прибыли, оставшейся в распоряжении организации;
- неправильное отнесение прочих расходов к тому или иному периоду;
- ошибочное отнесение понесенных расходов на увеличение стоимости активов либо ошибочное списание расходов, подлежащих включению в стоимость активов, на счета учета расходов;
- ненадлежащего качества документы на списание потерь от стихийных бедствий; некомпенсируемых потерь в результате пожаров, аварий и других чрезвычайных ситуаций, вызванных экстремальными условиями; убытков от хищений, виновники которых по решению суда отсутствуют; штрафы за нарушения, не относящиеся к выполнению условий по хозяйственным договорам;
- надлежащего качества документы на списание штрафов за нарушения, не относящиеся к выполнению условий по хозяйственным договорам, не составляются, а уплаченные суммы штрафов, наложенные на предприятие или на должностных лиц организации, относятся на финансовые результаты;
- отсутствуют корректировки налогооблагаемой прибыли на суммы доходов и расходов прошлых лет, выявленных в отчетном периоде [6].

После окончания всех работ формируется пакет рабочих документов, составляет аудиторский отчет, который представляется совместно с рабочей документацией руководителю проверки.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 32н (ред. от 27.11.2020) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету

«Доходы организации» ПБУ 9/99» (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1791) Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

3. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99» (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1790) Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

4. Быков, В.С. Экономический анализ: учебное пособие В.С. Быков, Т.В. Горбунова, И.М. Крайнова и др. Москва : КноРус, 2019. 246 с.

5. Арабян К. К. Аудит. Теория, организация, методика и практика. Учебник. М.: Юнити, 2020. 479 с.

6. Бурлуцкая Т. П. Экономический анализ. Теория и практика. Учебно-практическое пособие. М.: Инфра-Инженерия. 2020. 208 с.

7. Булыга Р. П. Аудит бизнеса. Учебник. М.: ЮНИТИ, 2021. 343 с.

Маковос Д. Н.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С. В,

Тулский филиал Финуниверситета

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВЫХОДА ИЗ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА

Ожидается, что пандемия окажет долгосрочное негативное воздействие на производительность и потенциальный рост, поскольку инвестиции еще больше ослабнут, а накопление человеческого капитала замедлится из-за продолжительного закрытия школ и продолжительной безработицы[1].

Кризис Covid-19 в различной степени повлиял на экономические показатели российских регионов в зависимости от их подверженности пандемии, существующих условий и вида деятельности.

Денежно-кредитная политика ЦБ РФ оставалась в соответствии с рамками таргетирования инфляции. На фоне усиления краткосрочных проинфляционных факторов банк приостановил свои действия по смягчению политики, сохранив ключевую ставку на рекордно низком уровне в 4,25 процента. В ноябре годовой уровень инфляции по индексу потребительских цен (ИПЦ) достиг 4,4 процента, что выше целевого показателя ЦБ РФ в 4 процента. Денежно-кредитная политика поддерживала краткосрочные процентные ставки, близкие к ключевой ставке. Дезинфляционные риски, которые относятся к более медленному восстановлению внутреннего спроса по сравнению с

летними месяцами и осложнения, связанные с пандемией, преобладают, хотя воздействие краткосрочных проинфляционных факторов возросло[2].

Кризис привел к росту безработицы во всех регионах, но большая часть потерь рабочих мест была сосредоточена лишь в нескольких видах экономической деятельности. Условия на рынке труда по-прежнему нестабильны, а количество вакансий от работодателей в агентствах занятости по-прежнему значительно ниже общего числа безработных. Основную тяжесть кризиса ощущают неофициальные работники и рабочие-мигранты.

В то время как краткосрочное восстановление будет зависеть от прекращения пандемии, долгосрочные экономические перспективы будут зависеть от стимулирования потенциального роста. Потенциальный рост в России имел тенденцию к снижению еще до нынешний кризиса. Усиление конкуренции имеет важное значение для стимулирования потенциального роста: регулирование товарного рынка в России ограничивает конкуренцию главным образом за счет прямого государственного контроля в экономике. Правительство может стимулировать конкуренцию, выравнивая игровое поле и укрепляя управление государственными предприятиями (ГП), чтобы сделать существующие ГП более эффективными и конкурентоспособными

Кризис пандемии открывает возможности для такой реформы в форме нового давления со стороны бюджета и спроса. Финансовый кризис в сочетании с низкими ценами на сырьевые товары вынуждает правительство искать меры по повышению эффективности. Исторически сложилось так, что многие страны начали свои самые амбициозные реформы госпредприятий после крупных финансовых потрясений, и Россия, возможно, не является исключением. Цифровизация - это еще одна область, которую кризис раскрыл как возможность, которая может ускорить восстановление России. Россия добилась значительного прогресса в цифровой трансформации.

Список литературы

1. Статистика прибыли мирового бизнеса из доклада Всемирного Банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.finam.ru/analysis/newstitem/bankovskiiy-sektor-rf-derzhit-udar-pandemii-odnako-xudshee-eshe-vpered-20201216-133141/> (дата обращения: 18.05.21)
2. Прогноз ВВП России в спецдокладе по экономике РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://business-magazine.online/fn_46833.html (дата обращения: 18.05.21)

3. Доклад об экономике России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:
<https://www.vsemirnyjbank.org/ru/country/russia/publication/ter> (дата обращения: 18.05.21)

Мельников П.М.

Научн. рук.: докт. экон. наук, доц. Поляков В. А.

Тульский филиал Финуниверситета

ПРОБЛЕМЫ, С КОТОРЫМИ СТАЛКИВАЮТСЯ СОВРЕМЕННЫЕ МАРКЕТОЛОГИ, И ИХ РЕШЕНИЯ

Единственная уверенность в жизни - это перемены. Темпы изменений никогда не были такими быстрыми - благодаря ускоренному технологическому развитию, ожидается, что через пять лет наши технологии будут в 32 раза лучше, чем сейчас, а через 20 лет они будут в миллион раз более совершенными.

Это экспоненциальное изменение приводит не только к новым технологиям, но и к изменениям в поведении потребителей и ожиданиях, с которыми должны ориентироваться маркетологи. Бесспорно, психологический сдвиг в нашем поведении, требующий немедленного удовлетворения, означает, что потребители ускоряются, а в рамках бизнеса именно маркетологи лидируют в гонке за тем, чтобы не отставать.

Внутренние ожидания маркетологов как никогда высоки. Появление Интернета произвело революцию в сфере подотчетности и сделало маркетинг более привлекательным в совете директоров за счет демонстрации четкой рентабельности инвестиций. От современного маркетолога теперь ожидается, что он будет экспертом в межотраслевой работе, преодолевая внутренние разрозненности, чтобы обеспечить сотрудничество и конвергенцию [1].

Сегодняшние маркетологи должны уметь сообщать об эффективности маркетинга с точки зрения бизнеса, будучи одновременно стратегическими и практичными в исполнении. Способность понимать большие данные и сообщать о них означает, что маркетологам теперь требуются математические и статистические навыки, а также креативность и способность идти в ногу с новыми технологиями.

Учитывая эти новые требования, каковы самые большие проблемы, с которыми сегодня сталкиваются маркетологи?

1. Неспособность превратить стратегию в жизнь

Стратегия по своей сути сложна, но ее реализация должна быть проста. Исследование Economist Intelligence Unit показывает, что

обычно стратегии не приносят 50% обещанной прибыли из-за различий в стратегических показателях - неспособности превратить стратегию в жизнь.

Несмотря на то, что на разработку стратегии уходит огромное количество времени и энергии, многим нечего показать, это означает, что стратегия без реализации не имеет смысла. [2, стр. 33].

2. Страх сложности

Боязнь нового или неизвестного широко распространена - все, что считается выходящим за рамки нормы, трудно получить, потому что, если все пойдет не так, кто-то должен взять на себя вину.

Следовательно, сложно внедрить эффективный маркетинг, который меняет правила игры. Это особенно верно в отношении стратегий, основанных на новых и захватывающих технологиях, таких как блокчейн, машинное обучение и большие данные.

3. Неспособность максимально использовать технологии

Слишком часто мы слышим истории об организациях, которые инвестировали в новые технологии, но не извлекают из них максимальную выгоду - и стоит ли этому удивляться? На и без того ошеломляющем рынке наблюдается рост числа продавцов. В настоящее время практически невозможно провести исчерпывающую проверку используют ли сотрудники и организации технологии по максимуму.

4. Жесткость поставщиков инструментов маркетинга

Многие маркетологи сталкиваются с проблемой жесткости своих поставщиков. Они часто связаны по рукам и ногам и могут проводить рекламные кампании только с использованием технологий, лежащих в основе поставщиков услуг, с которыми уже заключены контракты. Гибкость при покупке новых решений, которые могли бы поддерживать более персонализированный индивидуальный маркетинг, практически отсутствует.

С другой стороны, есть независимые специалисты, но они могут вызвать проблемы и у маркетологов. Например, мы часто слышим о том, что маркетологи просят подрядчик выполнить простые дополнительные проекты, но им отказывают, в результате чего все упускают из виду какой-либо эффект масштабирования.

Контент-маркетинг – это достаточно важный вопрос в современном маркетинге. В мире, где клиенты получают более 500 маркетинговых сообщений в день и сохраняют менее 1% из них, маркетологи должны стремиться приносить больше пользы, чтобы выделиться из толпы [3, стр. 91-92].

Было бы справедливо сказать, что отдел обслуживания клиентов будет играть все более важную роль в предоставлении беспрепятственного, ценного и привлекательного опыта для клиентов в мире, где количество точек соприкосновения, которыми должен управлять бренд, выходит из-под контроля. Социальное обслуживание клиентов - это фундамент того здания, которое вы должны построить, чтобы обеспечить как более глубокое понимание ваших клиентов, так и более актуальный и увлекательный опыт для них.

Непрерывная интеграция основных принципов маркетинга по доставке ценности для клиентов, очевидно, быстро продолжается. Не только растет понимание того, что команды по обслуживанию клиентов должны играть в этом роль. Опять же - команды продаж, особенно в сфере b2b (бизнес для бизнеса), несут значительную роль за предоставление согласованного обмена опытом, и могут делать это наиболее эффективно, когда они наделены данными и знаниями, которые теперь могут собирать маркетинговые команды.

Интересно, что в то время как внутренние маркетологи по сути имитируют реакцию более широкого сообщества в четырех из пяти основных фокусов, они различаются в одной области. Корпоративные маркетологи поставили социальные сети для обслуживания клиентов на шестое место в своем списке приоритетов и заменили их «маркетингом на основе местоположения», которые большой опрошенных считает важным [1].

Однако трудно увидеть это в каком-либо другом контексте, кроме предоставления более релевантного, персонализированного опыта - использования нового набора данных (местоположения клиента) для доставки сообщений и опыта, более адаптированных к индивидууму, личной продаже.

Современные менеджеры по маркетингу должны быть крайне гибкими. Столкнувшись с необходимостью привлекать и конвертировать клиентов с помощью креативных маркетинговых материалов, менеджеры по маркетингу должны быть мастером на все руки и достаточно гибкими, чтобы двигаться туда, где их команда нуждается в них в определенный день.

К сожалению, этой гибкости часто мешает трудоемкий характер работы с информацией о продукте.

Слишком мало времени для творческой работы

Современные менеджеры по маркетингу - люди творческие, но у них часто мало времени для творческой работы. Поскольку современные менеджеры по маркетингу должны искать информацию о продукте во всех системах и дважды проверять (вручную), что все

актуально и обновлено, сложно выделить время и энергию, необходимые для более творческих аспектов вашей работы.

Необходимо фокусно консолидировать и упрощать многоканальный маркетинг и освободить критически важное время для глубокой творческой работы, которая помогает вам привлекать клиентов и поддерживать бренд. Это, в свою очередь, приводит к увеличению прибыли и рентабельности инвестиций для компании.

Трудности с обновлением информации о продукте в разных системах и каналах.

Спрос на многоканальный маркетинг делает практически невозможным ручную обработку обновлений информации о продуктах по системам и каналам. Это еще больше усложняется тем фактом, что заказчик ожидает бесперебойной работы по всем каналам.

В данном случае можно обратиться к сторонним, проверенным программам, которые предлагают свою помощь в интернете. Они, к примеру, могут обеспечить быстрый способ создания каталогов, вывода продуктов на рынок и доступа к удобным для пользователя шаблонам дизайна, данные системы оптимизируют работу маркетолога, упрощают и улучшают качество обслуживания клиентов и гарантируют, что все довольны тем, что они получают от современного онлайн-маркетинга.

Сложность индивидуальной корректировки информации

Сегодня отделы продаж часто запрашивают информацию, индивидуально адаптированную к потребностям клиентов. Это вызывает необходимость в системе для поддержки настройки расценок, брошюр, технических данных продуктов и многого другого. Менеджерам по маркетингу необходимо индивидуализировать коммуникацию в различных сегментах и доставлять ее другим командам в оптимизированной и упрощенной форме.

Когда контент легко дифференцировать, а продуктовые линейки и макеты легко персонализировать, менеджерам по маркетингу легче адаптировать информацию для различных сегментов и обеспечивать точность и актуальность всей информации о продуктах в этих сегментах. Также было бы полезно менеджерам по маркетингу управлять контентом на разных языках, они являются прекрасным инструментом для компаний, специализирующихся на многоканальном маркетинге для международной аудитории.

.Список литературы

1. Стратегический менеджмент. [Электронный ресурс] // Репозиторий <http://repo.ssau.ru/>

2. Родионова, Е.Н. Управление маркетингом [Текст] // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2018. № 3 (29). С. 99-100.

3. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность [Текст] /2018. № 2-2. С. 18-19.

Мельникова А.В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц Нефедова С.В.

Тулский филиал Финуниверситета

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ЛИЗИНГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ

Для создания условий экономического роста необходимо развитие финансовых услуг. Одним из наиболее распространенных финансовых инструментов является лизинг. Качественное развитие лизинговых услуг может способствовать положительным показателям совокупного спроса и благоприятному инвестиционному климату.

Лизинг — это вид финансовых услуг, суть которого заключается в финансировании приобретения основных фондов посредством приобретения компанией-лизингодателем имущества у поставщика и передачи его в долгосрочную аренду клиенту-лизингополучателю (юридическому лицу) с последующим выкупом [1]. Сочетание характеристик долгосрочной аренды и финансового кредита в данном финансовом инструменте является его ключевой особенностью. Наблюдается тенденция в постоянном увеличении количества заключенных договоров лизинга, что может свидетельствовать об активном развитии лизинговых операций.

Распространенность лизинга объясняется возможностями, предоставляемыми данным договором. Финансовые услуги лизинга имеют ряд преимуществ, поскольку они позволяют приобретать в пользование необходимое имущество, с учётом его дальнейшей покупки по оставшейся стоимости.

Использование ускоренной амортизации и применение гибкой системы лизинговых платежей также стимулируют физические и юридические лица более активно заключать договоры лизинговых услуг.

Несмотря на широкое развитие института лизинговых услуг в РФ, на практике при заключении договора между лизингодателем и лизингополучателем могут возникать определенные вопросы и проблемы. Например, выполнение порядка, предусмотренного нормами бухгалтерского учета и налогообложения операций по лизинговой сделке

На современном этапе развития для лизинговых операций

применяется особая методология ведения бухгалтерского учета в связи со спецификой данной деятельности. В лизинговой деятельности возникают определенные налоговые риски и для улаживания некоторых вопросов лизинговые компании могут в арбитражном порядке отстаивать свои права.

На сегодняшний день нормативно-правовая база, регламентирующая лизинговую деятельность, состоит из законодательных актов, представленных на рисунке 1.

| | |
|----|--|
| 1. | Гражданский кодекс РФ. Ч.2 от 26.01.1996 г. №14-ФЗ (в ред. от 01.07.2015 г.) |
| 2. | ФЗ РФ "О финансовой аренде (лизинге)" от 29.10.1998 г. N 164-ФЗ (в ред. от 31.12.2014г. N 512-ФЗ) |
| 3. | Конвенцию УНИДРУА о международном финансовом лизинге от 28.05.1988, согласно Федеральному закону от 16.01.1998 N 16-ФЗ "О присоединении Российской Федерации к Конвенции УНИДРУА о международном финансовом лизинге" |
| 4. | ФЗ "Об инвестиционной деятельности в РФ, осуществляемой в форме капитальных вложений" от 25.02.1999 N 39-ФЗ (в ред. от 28.12.2013 N 396-ФЗ) |

Рисунок 1 - Законодательная база, регулирующая лизинговую деятельность

Следует отметить, что налогообложение лизинговых операций в большей степени регламентируется нормами Налогового кодекса РФ. Также лизинговые операции подлежат обложению НДС, налогу на прибыль при лизинге и аренде и иными видами налогов. Более того, объект лизинга должен иметь фиксацию на балансе фирмы как получателя, так и держателя имущества.

Объект лизинга может быть зарегистрирован на баланс фирмы получателя, а может учитываться держателем имущества. Стоит отметить, что при определенных условиях получатель материальных средств может воспользоваться объектом лизинга, не выплачивая налоги. Возникновение данного обстоятельства возможно, если объект лизинга используется в сферах, освобожденных от уплаты налогов. Однако, если материальные ценности учитываются лизингодателем, ему необходимо оплачивать налог на имущество, независимо от сферы их применения [2].

Также ещё одна особенность налогообложения лизинговых операций заключается в том, что лизингополучатель при применении УСН или ЕСХН имеет право отражать в составе расходов зачисленные лизинговые платежи после их уплаты и сумму НДС по таким платежам.

На основании лизингового договора, объект, переданный лицу, принимающему имущество в лизинг, должен иметь запись на балансе обеих сторон по двустороннему договору.

В соответствии п. 10 ст. 258 НК РФ предмет лизингового договора, принятый в финансовую аренду по лизинговому договору, включается в надлежащую амортизационную группу той стороной договора, у которой это имущество следует учитывать в соответствии с условиями лизингового договора. От того, на чью сторону записан объект лизинга, также зависит последовательность учета лизинговых выплат для целей налогообложения прибыли [3]. Лизинговое имущество входит в состав расходов для целей налога на прибыль на всю сумму начисленного платежа только в том случае, если лизингодатель является стороной лизингового договора. Если же лизингополучатель является стороной лизингового договора, то он должен быть включен в надлежащую амортизационную группу по цене, равной расходам лизингодателя на его покупку и приведение к пригодному для использования состоянию (п. 1 ст. 257 НК РФ).

Лизинговые сделки тоже могут нести в себе определенную экономическую выгоду для предприятия, поскольку оно может производить амортизацию по более выгодным условиям в качестве арендатора или собственника имущества.

Однако НДС повышает стоимость лизинговых сделок. Величина НДС увеличивается на балансе той стороны, где находится объект лизинга. Последовательность вычислений и оплаты НДС регулируется НК РФ (гл. 21).

Несмотря на то, что при заключении лизинговой сделки стороны устанавливают правила договора, во время пользования имуществом ряд условий может изменяться по согласованию лизингодателя и лизингополучателя.

На рисунке 2 отражены особенности налогообложения лизингового имущества

Также необходимо отметить тот факт, что лизингодатель ответственен за уплату налога на имущество и самостоятельно высчитывает амортизационные выплаты в том случае, если имущество учитывается у него на балансе. А лизингополучатель, в свою очередь, списывает на расходы лизинговые выплаты, включающие в себя выкупную стоимость оборудования. Но данные суммы подлежат списанию раньше, чем амортизационные выплаты, купленные простейшим способом. После этого право собственности на имущество переходит лизингополучателю.

| № | Учет на балансе | Налогообложение |
|---|-------------------|--|
| 1 | Лизингодатель | Если имущество отражается на балансе лизингодателя, то он учитывает его на счете 03 "Доходные вложения в материальные ценности", а лизингополучатель отображает полученное имущество на забалансовом счете 001 "Арендованные основные средства". Налог на имущество оплачивает лизингодатель |
| 2 | Лизингополучатель | Если лизинговое имущество отображается на балансе лизингополучателя, то он учитывает его на счете 01 "Основные средства", а лизингодатель отображает переданное имущество на забалансовом счете 011 "Основные средства, сданные в аренду". Налог на имущество оплачивает лизингополучатель. |

Рисунок 2. - Налогообложение лизингового имущества

Отсюда следует, что оборудование, перешедшее во владение лизингодателя, отражает в бухгалтерском учете нулевую остаточную стоимость и в балансе не учитывается. В налоговом учете объекты лизинга, перешедшие во владение после окончательного расчета, вообще не отражают. Так как к этому времени все связанные с договором лизинга расходы, в том числе покупная цена, уже списаны. А отображать для целей налогообложения амортизируемое оборудование с нулевой ценой не имеет смысла, так как это не оказывает влияние на затраты предприятия.

Отображать имущество на балансе так же не выгодно и лизингодателю, поскольку в данном случае он может выплачивать налог на прибыль с разницы между лизинговыми выплатами и начисленной амортизацией, а не с полученной суммой.

Исходя из соответствующей налогооблагаемой базы фирмы имеют возможность уменьшить такой налог, как налог на прибыль, вследствие быстрого перенесение цены лизингового имущества (машины, здания, оборудования и т.д.) на затраты. Наилучшей вариацией является расположение предмета договора лизинга на балансе компании лизингодателя, что дает возможность улучшить налоговые выплаты для всех сторон лизингового соглашения.

Подводя итог по выше изложенному, можно отметить, что при соблюдении всех правил ведения лизингового учета имущества и при

выдерживании всех требований бухгалтерского учёта и налогообложения операций по лизинговой сделке каких-либо сложностей между лизингодателем и лизингополучателем не возникнет, что как раз-таки способствует устойчивому развитию лизинговых отношений.

Список литературы

1. Что такое лизинг и его отличие от кредита [Электронный ресурс]: <https://www.sberbank.ru/help/business/leasing> (Дата обращения: 01.04.2021)
2. Учёт и амортизация лизингового имущества на практике [Электронный ресурс]: <https://www.buhgalteria.ru/article/uchet-i-amortizatsiya-lizingovogo-imushchestva-na-praktike> (Дата обращения: 01.04.2021)
3. Налоговый кодекс Российской Федерации. Ч.2 [Электронный ресурс]: федер. закон от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 20.04.2021) <http://www.garant.ru>. (дата обращения: 22.04.2020).
4. Какие налоги при лизинге необходимо платить [Электронный ресурс]: <https://nalogpro.ru/kakie-nalogi-pri-lizinge-neobходимо-platit/> (Дата обращения: 24.04.2021)
5. ФНС России разъяснила особенности налогообложения и бухучета лизингового имущества [Электронный ресурс]: <https://www.garant.ru/news/1329556/> (Дата обращения: 25.04.2021)

Митина Д.С., Моржов Е.Н.

Научн. рук.: канд. пед. наук., доц. Ляшко В.Г.

Тулский филиал Финуниверситета

СУЩНОСТЬ ОТЛИЧИЯ ОСОБЕННОСТЕЙ ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ РАЗНЫХ ТИПОВ ОТ СПОСОБНОСТЕЙ ОБЫЧНЫХ ЛЮДЕЙ

Малые предприятия, которые способствуют экономическому росту, составляют немалую долю предприятий в большинстве регионов и жизненно важную часть мировой экономики в целом. «Предпринимательская деятельность представляет собой сложный вид социальной деятельности и является инициативной, новаторской деятельностью субъектов собственности на свой риск по формированию организационных и экономических условий производства товаров и услуг с целью получения прибыли». [1, С.1] Для поощрения предпринимательской деятельности и поддержки малого бизнеса необходимо понимание того, кто основал такие предприятия, и как они ими управляют. Мы затронем вопрос, который актуален для многих ученых и политиков: «Чем личностные качества

предпринимателей отличаются от личностных качеств обычных людей?»).

Классификация предпринимателей охватывает огромное количество определений данного термина, так как исследования основаны на разнообразных выборках субъектов, которые технически могут быть классифицированы как предприниматели. В широком смысле, предприниматель — «это физическое или юридическое лицо, которое осуществляет самостоятельную, связанную с определенным риском деятельность с целью получения прибыли». [2, С.48]. Есть пять наиболее общих черт личности, которые формируют основной набор качеств каждого предпринимателя:

1. Потребность в достижении;
2. Инновационность;
3. Предпринимательская самоэффективность;
4. Локус контроля;
5. Отношение к риску.

Начнем с первого качества, которое присуще каждому предпринимателю — это потребность в достижении. Это многомерная конструкция, охватывающая индивидуальные мотивации для достижения целей в условиях окружающей среды. Дэвид Макклелланд, американский психолог, первый выдвинул гипотезу о том, что высокий уровень данного качества предрасполагает людей к предпринимательской ориентации, поскольку эти люди получают более высокую степень удовлетворения от предпринимательской деятельности.

Новаторство или предпринимательская инновационность — это одна из первых психологических черт, привлечших внимание ученых. Ранее существовала гипотеза о том, что различие между менеджерами и предпринимателями в их склонности к инновациям. Если приводить определение данному термину, то можно утверждать, что инновационность — это черта личности, которая часто является центральным компонентом предпринимательской ориентации и активности. Различие менеджеров от предпринимателей состоит в том, что предприниматели быстрее и чаще принимают инновации, нежели менеджеры.

Чтобы понять, что такое предпринимательская самоэффективность, нужно дать определение самой самоэффективности — это восприятие человека или вера в его «способность влиять на события, которые влияют на его жизнь».

Однако самоэффективность зависит от предметной области, т.е. она может быть выше в одной области и одновременно ниже в другой.

Например, студент может быть убежден в своих способностях в тесте по экономике, но мало верит в себя в отношении теста по политологии. Поэтому предпринимательская самоэффективность сужает предметную область.

Что же такое локус контроля? Данный термин описывает степень, в которой люди приписывают результаты внутренним факторам, таким как усилия и талант, или внешним факторам, таким как удача. Более высокий внутренний ЛОС связан с более сильными предпринимательскими намерениями и активностью и более высокими показателями предпринимательского успеха. Предприниматели-основатели демонстрируют самый высокий внутренний локус контроля, за ними следуют генеральные директора или владельцы, не являющиеся учредителями, которые сами показывают более высокий внутренний локуса контроля, чем сотрудники.

И, наконец, отношение к риску. Оно описывает индивидуальные предпочтения при принятии решений в условиях неопределенности. В то время как люди, не склонные к риску, предпочитают определенные результаты, люди склонные к риску предпочитают результаты с более высоким уровнем неопределенности. Склонность к риску может меняться в течение жизни человека, обычно снижаясь с возрастом и в ответ на экзогенные или эмоциональные потрясения. Самое раннее исследование установило модель конкуренции и неопределенности. Фрэнк Найт, «американский экономист, который разрабатывал теории предпринимательства, неопределенности и прибыли» [2], предположил, что предприниматели будут более склонны использовать возможности, несмотря на потенциальные риски. Успешными предпринимателями будут те предприниматели с наиболее взвешенными суждениями о рисках.

Чтобы дальше анализировать мы выбрали шесть типичных подтипов предпринимателей в научной литературе на сегодняшний день: предпринимательский архетип, новые предприниматели, предприниматели семейного бизнеса, предприниматели в сфере технологий/ индустрии высоких технологий, предприниматели, занимающиеся сельским хозяйством и студенты с предпринимательским интересом.

У предпринимательского архетипа на основе многочисленных исследований наблюдается высокая потребность в достижении, высокая степень инновационности, высокая предпринимательская самоэффективность, высокий локус контроля, и, как правило, U-образная зависимость склонности к риску.

Новые предприниматели — это категория предпринимателей, которые наиболее часто исследуются. Начинающие предприниматели, как правило, — люди, которые только частично решили начать свой бизнес или находятся на стадии основания. Данный тип отличается от предпринимательского архетипа, так как высокая степень инновационности не оказывает благоприятное условие на выживание фирм на начальных этапах ее жизненного цикла. У начинающих предпринимателей различается и потребность в достижении, она более высокая у людей, которые уже открыли свой бизнес и находятся на ранних стадиях развития, и более низкая у людей, которые лишь заинтересованы в открытии своего бизнеса. Однако, чем выше их потребность в достижении, тем больше вероятность на то, что люди перейдут от предварительного этапа к этапу раннего основания. Остальные же критерии начинающих предпринимателей схожи с предпринимательским архетипом.

Первостепенно предпринимателей семейного бизнеса отличает от других то, что планирование наследования в семье является центральным компонентом семейного бизнеса, основными мотивами которого обычно являются преемственность поколений и семейная гармония. Соответственно, семейный фон предпринимательства связан с более высокими предпринимательскими намерениями в будущих поколениях. Данный тип очень отличается от предпринимательского архетипа в отношении склонности к риску и локусе контроля. Например, в отличие от обычных предпринимателей, более поздние поколения предпринимателей семейного бизнеса демонстрируют более низкий внутренний локус контроля.

Что может первое прийти в голову, когда речь идет о предпринимателях в сфере технологий/ индустрии высоких технологий? Это быстро растущие стартапы. Данный подтип имеет несущественные различия с обычными предпринимателями, например, они более умерены в своей области, чем можно было ожидать.

Группа предпринимателей, занимающихся сельским хозяйством или сельским хозяйством, — это группа, которая привлекла некоторое внимание с точки зрения эмпирических исследований. У обычных предпринимателей есть связь между сознательностью и предпринимательской активностью, на бдительность сельскохозяйственных предпринимателей лишь частично влияет более высокая сознательность. Данную категорию предпринимателей в исследованиях все чаще ставят в ряд с обычными предпринимателями.

Наконец, студенты с предпринимательским интересом. На студентов часто полагаются в эмпирических исследованиях, которые

пытаются охарактеризовать реальных предпринимателей. Однако весьма сомнительно, могут ли студенты вообще быть частью подтипа предпринимателя, поскольку в большинстве случаев они еще не основали свое предприятие. Согласно большинству исследований студенты с предпринимательским интересом имеют высокий уровень экстраверсии и более склонны к риску.

Таким образом, мы можем утверждать, что предприниматели от обычных людей отличаются 5 конкретными чертами личности, каждая из которых в какой-то степени проявляется в 6 типичных подтипах предпринимателей: предпринимательском архетипе, новых предпринимателях, предпринимателях семейного бизнеса, также предпринимателях в сфере технологий/ индустрии высоких технологий, предпринимателях, занимающихся сельским хозяйством и студентов с предпринимательским интересом. В каждом предпринимателе из данных категорий прослеживается потребность в достижении, инновационность, предпринимательская самоэффективность, локус контроля и отношение к риску. Однако в каждой категории одна личностная черта предпринимателей будет иметь более высокую степень, чем у предпринимателей другой категории.

Список литературы

1. Антоненко И.В. Типы личностей предпринимателей // Системогенез учебной и профессиональной деятельности: сб. статьей VIII Всероссийской науч.-практ. конф. Ярославль: Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского. 2018. С. 1-3.

2. Кузьмина Е.Е. Предпринимательская деятельность: учебное пособие для среднего профессионального образования. М.: Изд-во Юрайт, 2021. 455с.

Митина Д.С., Моржов Е.Н.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Медведева Т.В.

Тулский филиал Финуниверситета

СУЩНОСТЬ ВЛИЯНИЯ ВАЛОВОГО ВНУТРЕННЕГО ПРОДУКТА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФИНАНСИРОВАНИЯ И ИНВЕСТИЦИЙ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ РОССИИ

Согласно последним данным, опубликованным Центральным банком России, общие активы финансовых организаций достигли “40,513 трлн. руб. на конец 2019 г., при этом на банковские учреждения приходится 60,7%” [1]. Это показывает, что банковский сектор играет немало важную роль в содействии экономическому

росту и процветанию, предоставляя кредиты и финансовые услуги другим секторам экономики. Валовой внутренний продукт (ВВП) и другие макроэкономические условия оказывают сильное влияние на развитие банков. Однако внешняя среда банковского сектора России значительно изменилась в последние годы в условиях замедления темпов экономического роста из-за падения ежегодных темпов роста ВВП с 3,5% в 2012 году до 1,5% в 2019 году. Но развитие отрасли было существенным, поскольку примерами могут служить значительное сокращение количества банков, рост концентрации активов в секторе и укрепление позиций крупнейших кредитных организаций. Давление, которое эти внешние условия оказали на коммерческие банки России, требует анализа эффективности коммерческих банков в макроэкономическом контексте роста ВВП. Актуальность данной темы доказывается тем, что есть возможность способствовать здоровому и быстрому развитию финансового и инвестиционного бизнеса коммерческих банков и помочь им лучше адаптироваться к сложной внешней среде, а также поддержать стабильное развитие национальной экономики.

Коммерческие банки (СберБанк, Банк ВТБ, Россельхозбанк и др.) очень чувствительны к политическому давлению. Факторы, влияющие на развитие коммерческих банков, можно разделить на внутренние и внешние. Внутренние факторы в основном включают неработающие ссуды, депозиты, независимость совета директоров, масштаб и т. д., в то время как внешние факторы, среди прочего, обычно включают социальное и экономическое развитие, корректировку структуры рынка и финансирование через Интернет. С точки зрения менеджмента, коммерческие банки обычно стремятся улучшить качество обслуживания и оптимизировать расположение банковских отделений для содействия развитию.

Социально-экономическое развитие, структура финансового рынка и другие макроэкономические факторы оказывают глубокое влияние на развитие коммерческих банков. Прибыльность, размер банка и ликвидность являются важными факторами, определяющими банковские депозиты, когда они контролируются макроэкономическими факторами. Макроэкономическая нестабильность из-за инфляции также оказывает существенное негативное влияние на банковские депозиты. Налоги, накладные расходы, производительность труда и инфляция являются факторами, влияющими на прибыльность коммерческих банков России.

В качестве объекта исследования в данной статье используются 2 коммерческих банков России: СберБанк, Банк ВТБ. Мы разделили

исследование на 2 этапа: финансирование и инвестирование. В этом исследовании мы берем банковские активы и рост ВВП в качестве выявления их влияния на 2 этапа: финансирование и инвестирование.

Рост валового внутреннего продукта и эффективность банковской деятельности взаимосвязаны. Ученые отмечают, что эффективное сопоставление ликвидности требует от банков отслеживания внешних шоков, таких как шоки роста ВВП, чтобы оптимизировать распределение активов между кредитами и другими направлениями бизнеса. В то же время изменения в банках могут, в свою очередь, повлиять на экономические и финансовые условия, такие как ВВП. Если взять в пример СберБанк (рисунок 1) и Банк ВТБ (рисунок 2), можно отметить, что ВВП (рисунок 3) оказывает значительное влияние на прибыльность банков.

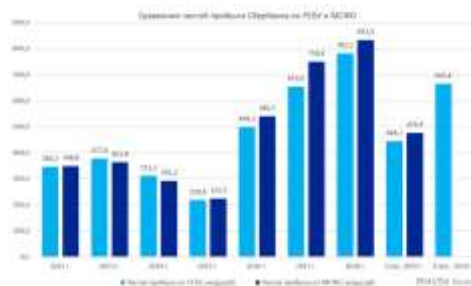


Рисунок 1- Прибыль Сбербанка за период 2012-2019 гг.

Когда ВВП высок и национальная экономика хорошо развивается, эффективность банков также часто бывает высокой.

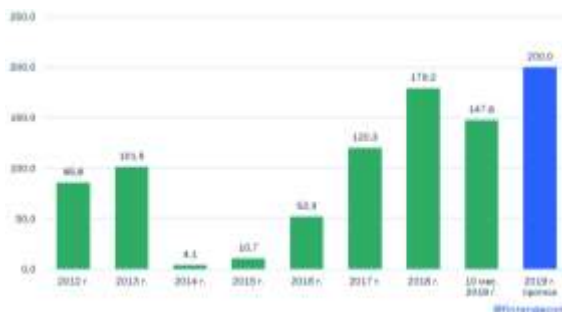


Рисунок 2 - Прибыль Банка ВТБ за период 2012-2019 гг., млрд. руб.

Напротив, при низком ВВП и неблагоприятных макроэкономических условиях эффективность банковской деятельности не идеальна.

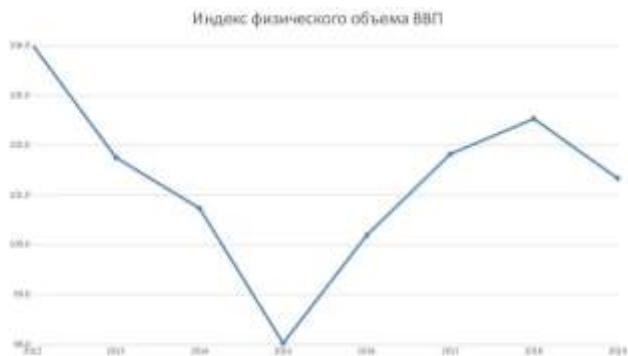


Рисунок 3 - График годового изменения реального ВВП России 2012-2019 гг., % к предыдущему году

Таким образом, показатели коммерческих банков в России в значительной степени влияют на макроуровневые условия, такие как рост ВВП. Самая высокая степень эффективности наблюдается у государственных коммерческих банков. Они обладают сильной способностью абсорбировать средства, но не умеют ими управлять. Можно предположить, что на это оказывают влияние, во-первых, неблагоприятные макроэкономические условия в России. Во-вторых, некоторые отрасли и предприятия в России имеют разные степени операционных трудностей, что приводит к слепой выдаче кредитов или невозможности погашать ссуды. В-третьих, с точки зрения самих коммерческих банков, слабая осведомленность о рисках, несовершенное кредитное управление, и плохие механизмы надзора также являются важными факторами.

Список литературы

1. Статистика Банка России [Электронный ресурс]: <http://www.cbr.ru/statistics> (Дата обращения: 17.05.2021)
2. The impact of gross domestic product on the financing and investment efficiency of China's commercial banks [Электронный ресурс]: <https://link.springer.com/article/10.1186/s40854-021-00251-3#Abs1> (Дата обращения: 18.05.2021)

Мординов Н.И.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тулский филиал Финуниверситета
РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Сейчас каждый человек осознаёт, как быстро всё вокруг меняется: появляются новые технологии и инновации, товары утрачивают свою полезность слишком быстро. Из-за чего предприятиям приходится проводить различные преобразования, нацеленные на увеличение стоимости компании. Этими преобразованиями могут быть такие мероприятия как оценка персонала, переориентация компании, её обновление, переоценка ценностей и другие.

Существует множество таких преобразований. Наиболее востребованные и практичные представлены на рисунке 1 [1].

| Преобразование | Описание |
|----------------------|--|
| Реструктуризация | Изменение производственных структур, в том числе замена и модернизация оборудования, рационализация верхнего управления, систем обработки информации |
| Переориентация | Изменение профиля продукции и услуг в соответствии с требованиями рынка или изменением общественных условий |
| Обновление | Преобразования в области стилей руководства, поведения руководителей. Сюда относится делегирование ответственности, расширение прав структурных звеньев и отдельных работников, стимулирование творческой деятельности и т. д. |
| Переоценка ценностей | Изменение в системе ценностей предприятия, его идеологии и предпринимательской культуре, а также социальных проблем |

Рисунок 1 - формы современных преобразований.

Справиться с конкуренцией без реструктуризации в России достаточно проблематично, современные условия требуют от организаций любой сферы деятельности всего возможного для удержания лидирующих позиций и финансовой успешности. Под реструктуризацией понимается процесс преобразования структуры предприятия для достижения большей эффективности и увеличения стоимости компании.

Существуют 2 главных вида реструктуризации: стратегическая и оперативная. Под последним понимают направленность компании восстановить состоятельность в короткий период, при использовании имеющихся ресурсов и мало затратных способов реструктуризации. Например, продажа неосновного, мало необходимого оборудования, сокращение излишнего количества работников. Первый вид имеет свои плюсы и его использование может быть достаточно полезным и эффективным.

Под стратегической понимают направленность компании увеличить конкурентоспособность, вовлечь большее количества инвестиций, а также повысить стоимость компании на рынке в рамках длительного периода. Последний вид реструктуризации требует поэтапного проведения [2].

Эти этапы представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Этапы стратегической реструктуризации

То есть сначала преодолеваются главные проблемы функционирования предприятия. Этого можно добиться если, например, снизить себестоимость выпускаемых товаров, снизить затраты на рекламу и так далее. Только после этого компания создаёт план реструктуризации, выполняет его и оценивает полученный результат. Последние этапы предполагают серьёзных затрат.

Главным образом реструктуризация направлена на повышение актуальности компании на рынке путём ее адаптации к современным условиям быстрого технического прогресса. Прогресс вынуждает компании производить продукцию и предоставлять услуги, которые не надоели потребителю, и будут иметь спрос.

«Методов проведения реструктуризации очень много, но все они могут быть объединены в две большие группы: организационные и финансовые. Организационные методы реструктуризации – это комплекс мер, направленных на приближение размеров предприятия и его подразделений к требованиям конкурентной рыночной среды.

Финансовые методы реструктуризации – меры по упорядочению активов компании по критериям рыночной экономики, проводимые быстро для достижения договоренности по долгам для всех заинтересованных лиц и финансового оздоровления компании» [2].

Отдельно можно выделить реорганизацию, которая включает в себя несколько подвидов. Рассмотрим основные подвиды реорганизации, которые представлены на рисунке 3.

Виды реорганизации

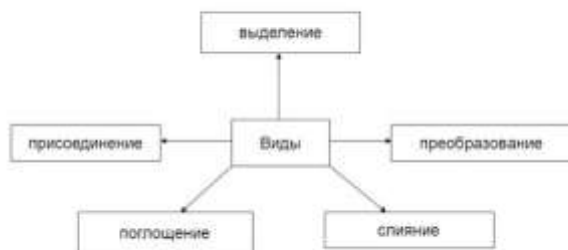


Рисунок 3 – Виды реорганизации

«Слияние характеризуется объединением нескольких юридических лиц в единое, обеспечивая преемственность прав и обязательств. Для разделения характерно создание самостоятельных компаний на основе одного юридического лица, при котором права и обязанности старого юридического лица переходят к новым созданным юридическим лицам. Присоединением считается вливание одной или нескольких организаций в другую. Образование одного или более самостоятельных юридических лиц при сохранении исходного юридического лица с разделением прав и обязанностей называется выделением. Когда прекращает деятельность юридическое лицо, а на его базе формируется новая организация, говорят о преобразовании» [2].

Каждый вид реорганизации даёт свои плоды и по-разному влияет на эффективность. То есть проявляется эффект синергии, суть которого заключается в увеличении эффективности при взаимодействии нескольких факторов, нежели каждого фактора по отдельности.

Выделяют два вида эффекта синергии: финансовую и операционную. Операционная служит снижению управленческих расходов и т.д. В то время как финансовая синергия необходима для снижения издержек по привлечению капитала и снижению налогов.

Для оценки эффективности реструктуризации используют несколько методов: доходные, сравнительные и затратные [2].

Первые нацелены на прогнозирование будущей стоимости компании при учёте рисков и имеющихся проблем. Наиболее распространённый доходный метод – метод дисконтированных денежных потоков. Наличие в данный момент времени дороже, чем в будущем, так как существуют факторы, понижающие стоимость.

Сравнительный подход подразумевает под собой поиск аналогов при оценке бизнеса и схожих сделок. Он занимает мало времени, но, к сожалению, он не точен.

Затратный подход предполагает оценку затрат на проведение мероприятий реструктуризации

Таким образом, реструктуризация требуется для совокупности проведения преобразований, которые нацелены на повышение стоимости компании. Специфика реструктуризации в том, что она не регулярна.

Реструктуризация способна помочь управленцу в принятии рациональных решений в краткосрочной перспективе, а также она способствует развитию в долгосрочной.

Реструктуризация – не простой, но в перспективе очень полезный и повышающий эффективность процесс. Стоит также понимать, что не всегда реструктуризация несёт пользу, она может также причинить серьёзный вред предприятию из-за неверных действий менеджеров. Столкнувшийся с этим процессом управленец обязан понимать, какие существуют риски и какие цели он преследует. Следует помнить, что существует целый спектр рисков реформирования предприятия (рисунок 4).



Рисунок 4 – Факторы рисков реформирования предприятия

Список литературы

1. Маркова Г.И. Реструктуризация предприятий [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 28.05.2021)
2. Финогенова Е.А. Эффективность реструктуризации предприятий [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 28.05.2021)

Морозова Н. Р.

Научн. рук.: канд. экон. наук., доц. Нефедова С. В.

Тульский филиал Финуниверситета

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В современных рыночных условиях практически каждое предприятие имеет дебиторскую задолженность, представляющуюся в виде отсрочки выплаты при заключении сделки по реализации товаров и услуг между двумя субъектами хозяйственной деятельности. Дебиторская задолженность повышает привлекательность фирмы для партнеров и поставщиков, стимулируя деловое партнерство компании. Кроме того, дебиторская является выгодным финансовым инструментом для компании-должника, поскольку в его доступе образуются дополнительные оборотные средства высокой ликвидности. Владелец, продавец такой задолженности также имеет свои преимущества при осуществлении данной операции, поскольку дебиторская задолженность предполагает финансовую выгоду для кредитующей организации.

В соответствии со ст. 128 ГК РФ «к объектам гражданских прав относятся вещи, включая деньги и ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права». Из этого исходит, что с нормативно-правовой точки зрения, дебиторская задолженность представляет собой имущественное право на непокрытые денежные обязательства со стороны контрагентов, возникающие в процессе поставки компанией-продавца товаров и услуг дебиторской организации (2). В практической деятельности предприятия дебиторская задолженность как факт хозяйственной операции возникает в момент, когда компания-кредитор производит выгрузку продукции. Таким образом, предприятие-продавец является собственником дебиторской задолженности с момента ее возникновения, то есть с момента отгрузки продукции.

Дебиторская задолженность на данный момент составляет около 20-30% в активах отечественных компаний. Однако существует значительное количество факторов, снижающих эффективность

управления дебиторской задолженностью. На макроуровне факторами, повышающими риски управления дебиторской задолженностью, являются:

- инфляция, влекущая снижение покупательской способности потребителя на рынке
- неустойчивость валютного курса
- неустойчивость национальной экономики, формирования ВВП, а также постоянные изменения объемов и структур рынков и отраслей

- изменение рыночной конъюнктуры на рынке товаров, сырья и материалов, увеличивающих издержки производства в силу роста стоимости ресурсов

Факторами микроуровня, также увеличивающих сложности в управлении дебиторской задолженностью, можно назвать:

- отсутствие информации о реальных сроках погашения обязательств контрагентами;

- отсутствие регламента, описывающего реализацию дебиторского процесса с обозначением ответственных за каждый этап специалистов

- отсутствие информации о сумме долга в силу увеличения задолженности, нет отслеживания динамики данных по затратам

- отсутствие процедуры оценки надежности контрагента через банк данных

- не учитывается экономический эффект от предоставления коммерческого кредита;

- децентрализация функций, производящихся в дебиторском процессе: разобщенность коллекторских, аналитических и управленческих структур

Все вышеперечисленные факторы влияют на увеличение рисков финансовых потерь для компании, представляющую дебиторскую задолженность. В данной статье предлагается три наиболее актуальных и эффективных решения для оптимизации управления дебиторской задолженностью.

1. Аналитическая система оценки рисков.

Данное решение заключается в создании алгоритма с аналитическими и математическими операциями для оценки рисков при реализации продажи дебиторской задолженности внутри компании.

Содержание анализа контрагента состоит в следующем порядке:

1) Формирование информационной базы для оценки риска реализации дебиторской задолженности. Данный этап включает в себе

сбор информации о взаимоотношениях с контрагентами по поводу оплаты реализации товаров и услуг

2) Проведение расчетно-аналитических процедур оценки уровня риска.

На данном этапе принимаются статистические методы, производится расчет вероятности невозврата долга; среднего математического ожидания; рискованности дебиторской задолженности. В данном контексте отсрочка погашения дебиторской задолженности представляется в качестве формы коммерческого кредита, принятие решение относительно которого можно осуществлять посредством статистически-вероятностного метода оценки рискованности операции.

Расчет дебиторской задолженности производится по следующей формуле:

$$\sigma = \sqrt{\sum (D - D_{ср})^2 P d},$$

где σ – рискованность дебиторской задолженности конкретного дебитора малого предприятия;

D – величина предполагаемого долга конкретного дебитора;

$D_{ср}$ – среднее математическое ожидание:

$$D_{ср} = \sum D P d;$$

где Pd – вероятность наступления невозврата долга конкретным дебитором (статистические наблюдения и записи предпринимателя относительно конкретного дебитора).

3) Анализ результатов расчетно-аналитических процедур.

4) Разработка критериев принятия решений с учетом риска конкретного контрагента.

5) Принятие решения на основе выбранных критериев.

Данная аналитическая система принятия решений помогает предприятию в выборе контрагентов, не только не создающих рисков для дебиторской задолженности, но и повышающих экономическую эффективность деятельности предприятия, стабилизируя финансовое состояние и укрепляя конкурентные позиции организации на рынке (2).

2. Оформление дебиторской задолженности в форме векселя.

Данное решение является эффективным в условиях управления дебиторской задолженностью, поскольку повышает ответственность компании-должника, фиксируя уплату дебиторского обязательства в указанный срок. Кроме этого, данный метод имеет преимущества в виде возможности для компании расплатиться векселем по

имеющимся долгам, данный вид называется «переводным векселем», а также произвести досрочный учет в банке, дисконтируя вексель таким образом. Специфика, однако, заключается в необходимости подключения авалистов, гарантирующих своевременность оплаты. Авалистами, как правило, выступают вышестоящие организации, материнские компании, обслуживающие банки, фирмы, эмитировавшие дебиторский вексель.

Недостатком данного метода повышения управленческих решений по взысканию дебиторской задолженности является его непопулярность на территории Российской Федерации. И хотя в международном опыте вексельный кредит является частой практикой, в России вексельное обращение встречается наиболее редко в силу ряда причин:

- недостаток информации о векселях и вексельном кредитовании в нормативных актах,
- принятие к переучету Банком России исключительно векселя по экспортно-импортным операциям,
- отсутствие навыков работы с векселями у большинства хозяйствующих субъектов, что, в свою очередь, порождает недоверие к данному финансовому инструменту (3).

Таким образом, при совершенствовании некоторых аспектов взаимодействия с векселями на территории страны, данный метод, имея большой потенциал по обеспечению безопасности дебиторского заимствования, может стать эффективным инструментом управленческой политики фирмы по организации дебиторской задолженности.

3. Страхование дебиторской задолженности.

Данный метод имеет целый ряд преимуществ на территории Российской Федерации, в сравнении с другими инструментами повышения эффективности управления рисками дебиторской задолженности:

- страхование дебиторской задолженности предполагает финансовую защиту организации от дебиторских рисков любых видов и масштабов;
- организация страхования возможна в любой форме;
- страхование как метод управления представляет собой сформированную отдельную сферу деятельности (4).

Дополнительным преимуществом страхования является возможность использовать страховые компании в качестве специалистов по оценке потенциальных дебиторов. Тем самым руководство предприятия обретает инструмент, при помощи которого

можно заранее определить нежелательные каналы формирования дебиторской задолженности.

Таким образом, указанные методы повышения качества управления дебиторской задолженностью в рамках управления финансовыми рисками предприятия наиболее эффективно воздействуют на обеспечение финансовой устойчивости и экономической безопасности, стимулирование роста платежеспособности организации и повышение степени ее репутации как потенциального бизнес-партнера.

Список литературы

1. Дьяконова Ольга Семеновна, Коновалова Екатерина Алексеевна Экономическое понятие дебиторской задолженности // Достижения науки и образования. 2019. №2 (43). [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskoe-ponyatie-debitorskoy-zadolzhennosti> (дата обращения: 18.05.2021).

2. Едронова В.Н., Чемоданова Ю.В. Управление рисками дебиторской задолженности // Финансы и кредит. 2006. №33 (237). [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-riskami-debitorskoy-zadolzhennosti> (дата обращения: 18.05.2021).

3. Герасимова Л.Н. Политика взыскания дебиторской задолженности // Российское предпринимательство. 2005. №9. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/politika-vzyskaniya-debitorskoy-zadolzhennosti> (дата обращения: 18.05.2021).

4. Павленко К.А. Страхование дебиторской задолженности // Стратегии бизнеса. 2020. №6. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/strahovanie-debitorskoy-zadolzhennosti> (дата обращения: 18.05.2021).

Московский Д.В.

Научн. рук.: канд. экон. наук., доц. Дунаева В.И.

Тульский филиал Финуниверситета АУДИТ ПРАВИЛЬНОСТИ ЗАПОЛНЕНИЯ ОТЧЁТА О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ

Основной целью деятельности каждого хозяйствующего субъекта, является получение максимальной прибыли, так как главным источником финансирования развития бизнеса выступает прибыль.

Цель аудита финансовых результатов и распределения прибыли — установление достоверности отражения в учете и отчетности прибылей и убытков предприятия, законности распределения и использования прибыли, остающейся в распоряжении предприятия после налогообложения [6; с.48]. Это необходимо для установления

достоверности конечного финансового результата и бухгалтерской (финансовой) отчетности во всех существенных аспектах.

Основными задачами данного вида аудита являются: оценка соответствия бухгалтерской (финансовой) отчетности данным синтетического и аналитического учета составляющих конечного финансового результата; подтверждение соответствия оформленных предприятием бухгалтерских операций действующему законодательству в области бухгалтерского учета; проверка правильности формирования и отражения прибыли (убытка) от продаж; проверка правильности формирования и отражения прибыли (убытка) от прочих доходов; проверка правильности налогообложения прибыли; проверка текущего использования прибыли, ее распределения и проверка прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, фондов и резервов; проверка и подтверждение отчетности о финансовых результатах.

Источниками информации для проверки являются:

- * положение об учетной политике организации, учредительные документы, протоколы собраний учредителей;

- * приказы, распоряжения, первичные документы, служащие основанием для отражения в учете операций по продаже (оказанию) услуг, по учету затрат на производство (оказание) услуг, и другие первичные документы, служащие основанием для одобрения и отражения в учете хозяйственных операций, связанных с формированием и использованием финансовых результатов;

- * отчеты кассира с приложенными первичными документами, выписки банков по рублевым и валютным счетам с приложенными первичными документами, учетные регистры, главная книга, бухгалтерская отчетность, декларации по налогу на прибыль, декларации по налогу на имущество и др.

При планировании аудиторской проверки определяют аудиторский риск и уровень существенности, позволяющие считать бухгалтерскую отчетность аудируемой организации достоверной.

Аудит финансовых результатов и их использования подразумевает проведение следующих аудиторских процедур.

Нормативная проверка достоверности отражения финансовых результатов в бухгалтерской отчетности, в том числе по видам прибылей (убытков): валовой прибыли; прибыли (убытка) от продаж; прибыли (убытка) до налогообложения; прибыли (убытка) от обычной деятельности; чистой прибыли (непокрытого убытка).

Арифметическая проверка достоверности отражения финансовых результатов в бухгалтерской отчетности, в том числе по видам прибылей (убытков).

Нормативная проверка правильности отражения в бухгалтерской отчетности операций по использованию финансовых результатов. Нормативная проверка правильности бухгалтерского учета налога на прибыль. Нормативная проверка правильности бухгалтерского учета использования финансовых результатов, в том числе начисления дивидендов, формирования резервного фонда.

Аналитические процедуры оценки структуры и динамики финансовых результатов организации; расчета и оценки показателей рентабельности продукции и капитала.

Финансовый результат (чистая прибыль или чистый убыток) складывается из финансового результата от обычных видов деятельности, а также прочих доходов и расходов.

Аудитору необходимо проверить: наличие приказа по учетной политике с указанием метода определения выручки от реализации продукции; правильность определения и законность отражения фактической прибыли от реализации продукции на счетах бухгалтерского учета; правильность определения предприятием предполагаемой прибыли и выручки от реализации продукции для исчисления авансовых платежей в бюджет; правильность определения прибыли от реализации основных фондов и иного имущества предприятия; правильность отражения в учете убытков, полученных от безвозмездной передачи основных средств и прочих активов; правильность отражения в учете результатов от сдачи имущества в аренду; законность и обоснованность создания резервов по сомнительным долгам; правильность отражения в учете выручки от реализации продукции подсобных, вспомогательных и обслуживающих производств; правильность отражения в учете выручки от реализации продукции при осуществлении внешнеэкономической деятельности; правильность ведения аналитического и синтетического учета по счетам 99 «Прибыли и убытки», 59 «Резервы под обесценение вложений в ценные бумаги», 63 «Резервы по сомнительным долгам», 84 «Нераспределенная прибыль» [7; с.105].

Осуществляя проверку, аудитор должен учитывать, что в отчетности формирование финансового результата показывается развернуто. Аудитор проверяет отражение результата от продажи товаров, продукции. Для установления достоверности прибыли (убытка) от продажи проводится проверка правильности учета

отгрузки и реализации продукции и расходов, связанных со сбытом продукции.

Аудитор осуществляет выборочную проверку правильности отражения операций по продаже путем сверки данных, отраженных в бухгалтерских регистрах экономического субъекта, с первичными документами и наоборот.

Операции по продаже должны быть надлежащим образом санкционированы. В ходе аудиторской проверки изучается ценовая политика организации. Сравниваются фактические цены по различным видам продукции, условия оплаты транспортных расходов или доставки, указанные в счетах, с данными соответствующих документов, утвержденных руководством.

В ходе проверки аудитор должен удостовериться, что данные по реально совершенным операциям отражены в учете в соответствии с условиями поставки, закрепленными в хозяйственных договорах. Проверка полноты учета продаж может быть эффективно осуществлена аудитором путем выборочной сверки данных товарно-транспортных накладных [9; с.83].

Важное значение придается аудиторами проверке прочих доходов и расходов. Проверка прочих доходов и расходов осуществляется аудитором на завершающей стадии аудита. Аудитор широко использует при проверке результаты аудиторских процедур проверки статей отчетности, которые связаны с прочими доходами и расходами. Как показывает практика, система внутреннего контроля и система бухгалтерского учета в отношении прочих доходов и расходов организации отдельно не оценивается.

Прочие доходы и расходы должны быть отражены в отчетности в правильной оценке, которую проверяет аудитор в ходе проверки путем сопоставления данных бухгалтерского учета и первичных документов.

Аудитор проверяет правильность ее классификации в отчетности. Некоторые виды расходов отражаются по отдельным статьям.

Завершая проверку, аудитор должен убедиться в том, что в финансовой отчетности организации и пояснениях к ней вся существенная информация о прочих расходах и доходах раскрыта должным образом. Аудитор проверяет правильность формирования нераспределенной прибыли и обоснованность ее расходования первичными документами, положениями, утвержденными сметами.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ) 31 июля 1998 года N 146-ФЗ;
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ;
3. Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 N 402-ФЗ (последняя редакция) 6 декабря 2011 года N 402-ФЗ;
4. Федеральный закон "Об аудиторской деятельности" от 30.12.2008 N 307-ФЗ (последняя редакция) 30 декабря 2008 года N 307-ФЗ;
5. Василевич И. П., «Сборник задач по аудиту / И.П. Василевич, Е.И. Ширкина. - М.: Финансы и статистика, 2017. - 312 с.;
6. Жарылгасова Б. Т., «Российские и международные стандарты аудиторской деятельности / Б.Т. Жарылгасова. - М.: КноРус, 2017. - 400 с.;
7. Мартынова Р. Ф., «Аудит. Руководство для бухгалтеров / Р.Ф. Мартынова. - М.: Омега-Л, 2017. - 224 с.;
8. Суворова С. П., «Международные стандарты аудита / С.П. Суворова, Н.В. Парушина, Е.В. Галкина. - М.: Инфра-М, Форум, 2017. - 320 с.;
9. Шешукова Т. Г., «Аудит. Теория и практика применения международных стандартов: моногр. / Т.Г. Шешукова, М.А. Городилов. - М.: Финансы и статистика, 2017. - 184.

Назарова С. И.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефёдова С. В.

Тульский филиал Финуниверситета

ПЕРЕХОД НА ЭЛЕКТРОННЫЕ ТРУДОВЫЕ КНИЖКИ

Процесс информатизации, который широко происходит в России и мире, добрался и до бумажных трудовых книжек. Теперь с 1 января 2020 года работодатели обязаны вести электронную отчетность, а работники имеют право перейти на электронный вариант трудовых книжек.

Электронная трудовая книжка подразумевает под собой ведение соответствующих записей в информационной системе Пенсионного фонда России (ПФР).

Работодатель, а точнее назначенное им, в соответствии с приказом, ответственное лицо должно передавать сведения о трудовой

деятельности сотрудников в ПФР в виде отчета по форме СЗВ-ТД [1]. А сотрудникам выдавать формы СТД-Р, которые представляют собой аналог выписки из стандартной бумажной трудовой книжки.

Отчет по форме СЗВ-ТД сдается не позднее 15-го числа месяца следующего за месяцем приема на работу сотрудника, его увольнения или других кадровых изменений происходящих в организации [1].

Форма СТД-Р выдается тем сотрудникам, которые перешли на электронную трудовую книжку, которые увольняются или преследуют личные цели, например, собираются взять кредит.

Что касается сотрудников, то они после уведомления начальством о процессе перехода до 31 января 2020 года должны подать заявление:

- Или о желании оставить бумажную трудовую книжку. В этом случае работодатель ведет бумажную версию и отправляет электронный отчет в ПФР. Вместе с этим, сотрудник может в любой момент перейти на электронную версию трудовой книжки, если захочет.

- Или о желании ведения информации о его трудовой деятельности в электронном формате. Стоит отметить, что обратно вернуть бумажную версию трудовой книжки после перехода невозможно. Предполагалось, что в электронной трудовой книжке будет содержаться информация только с 2020 года, а бумажная трудовая книжка будет выдаваться на руки сотрудникам, которые будут нести ответственность за ее сохранность. Это было чревато высокими рисками потерь данного документа и невозможностью его восстановить. Но с 2021 года было принято решение о внесении в электронную версию всей информации о трудовом стаже сотрудников, что сделало переход более безопасным относительно сохранности данных [2].

Если сотрудник не написал ни одно из этих заявлений по каким-либо причинам, то его трудовую книжку продолжают вести в бумажном формате.

Также надо сказать, что с 1 января 2021 года все впервые устроившееся на работу лица будут иметь возможность завести только электронную версию трудовой книжки [2]. Это свидетельствует о серьезных намерениях перевести в будущем всю документацию в России в цифровой вид.

Чтобы рассмотреть положительные и отрицательные стороны перехода на электронный документооборот, в частности на электронные трудовые книжки обратимся к Таблице 1 [3].

Таблица 1.

Преимущества и недостатки перехода на электронные трудовые книжки для участников трудовых отношений

| Участники трудовых отношений | Преимущества | Недостатки |
|------------------------------|---|---|
| Государство | <p>1) Наиболее полный контроль над трудовой деятельностью организаций.</p> <p>2) Доступная информация в реальном времени о работе организаций и их сотрудников, возможность мониторинга и анализа сведений об организациях.</p> <p>3) Открытость данных об объёме обязательных отчислениях государству.</p> | |
| Бизнес | <p>1) Уменьшение издержек документооборота.</p> <p>2) Возможность анализа информации о работниках.</p> <p>3) Снижение риска совершения работниками манипуляций с несколькими трудовыми книжками, поскольку теперь вся информация будет находиться в одном источнике.</p> | <p>1) Возникновение двойного объема документооборота при сохранении работником бумажной трудовой книжки.</p> <p>2) Не налаженный процесс с исправлением некорректных и ошибочных записей.</p> <p>3) Возможность получения недостоверной информации, поскольку работодатель вынужден запрашивать у работника выписку с прошлого места работы или из личного кабинета, но такие выписки легко подделать.</p> <p>5) Данные о приеме и увольнении вносятся «день в день». Это неудобно, при сбоех в работе организации.</p> |
| Работодатель и работник | <p>1) Открытый доступ к информации о трудовой деятельности в личном кабинете.</p> <p>2) Возможность легкого устройства на удаленную работу.</p> | <p>1) Негативное влияние на репутацию работника, поскольку все данные сразу вносятся в базу, даже если сотрудник проработал несколько дней.</p> <p>2) Сложность исправления</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | 3) Ускорение работы организации благодаря единой базе цифровых данных. | ошибочных записей, так как могут возникнуть проблемы с идентификацией и поиском этой организации, внесшей эту запись. |
|--|--|---|

Анализируя данные, представленные в таблице, можно сделать вывод о том, что главными преимуществами перехода на электронные трудовые книжки являются низкие издержки при ведении такой отчетности, а также открытость и доступность сведений о трудовой деятельности работников. Главными недостатками являются непроработанные правила электронного документооборота, из-за чего в первое время будут возникать спорные ситуации в ведении электронной отчетности. А также возросшая нагрузка на сотрудников кадрового учета, которые будут вынуждены вносить одну и ту же информацию, как в электронном, так и в бумажном виде.

Пенсионный фонд России 29 декабря 2020 года опубликовал статистические данные, в которых указано, что из 58 122 955 застрахованных лиц 34 881 002 гражданина намерены оставить бумажную трудовую книжку, а 5 168 011 граждан подали заявление для перехода электронный формат [4]. Таким образом, больше половины работающего населения желает оставить бумажную трудовую книжку, что говорит о недоверии к новой электронной системе ведения документооборота, и в целом к существующей власти. Это негативное явление, поскольку оно замедляет процессы информатизации, которые являются неотъемлемой частью современного мира.

Поскольку доверие населения к новым электронным трудовым книжкам невелико, бухгалтерам ещё долго придется вести двойную документальную отчетность. Но по мере дальнейшего развития цифровых технологий, по мере увеличения защищенности баз данных с электронной документацией, все большее количество работающего населения будет иметь электронные аналоги, привычных для нас, бумажных документов, в том числе и электронных трудовых книжек.

Список литературы

1. Вся правда об электронных трудовых книжках. Инструкция для работодателей. [Электронный ресурс] // <https://school.kontur.ru/publications/1712>.
2. Какие изменения бухгалтерского и налогового законодательства в 2021 году важны для бухгалтера [Электронный ресурс] // <https://www.buhgalteria.ru/izmeneniya2020.pdf>.

3. Плюсы и минусы электронных трудовых для государства, бизнеса и людей [Электронный ресурс] // <https://www.klerk.ru/buh/articles/505716/>.

4. Более половины россиян выбрали бумажную трудовую книжку [Электронный ресурс] // <https://ria.ru/20210111/trudovaya-knizhka-1592578340.html>.

Новикова Е.Р.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тульский филиал Финуниверситета

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ И КОНТРОЛЕЙ (БЕНЧМАРКИНГ)

Главные вопросы бенчмаркинга являются:

1) Какое предприятие является главным конкурентом или лидером в другой отрасли?

2) По каким причинам собственное предприятие не является лидером?

3) Что стало основой возвышения конкурирующей фирмы или лидера в другой отрасли?

4) Какие мероприятия необходимо провести на предприятии для улучшения положения?

5) Какие силы и ресурсы необходимы для проведения поставленной задачи для выхода в лидеры?

6) Как внедрить выполненный проект?

Бенчмаркинг – это систематическая деятельность, направленная на систематический поиск, исследование, анализ, оценку и обучение на лучших примерах других предприятий, независимо от того, работают ли данные предприятия в этом сегменте или являются конкурентами.

В современных условиях данное направление маркетинговой деятельности очень часто рассматривается как важнейшее условие успешного развития и процветания предприятия.

Цель бенчмаркинга состоит в проведении исследования, направленного на выявление наилучших сторон обследуемых предприятий-лидеров с помощью различных методов с последующей возможностью перенести в деятельность своего предприятия, с надежным установлением вероятного успеха на рынке.

К основным задачам бенчмаркинга относится определение места предприятия и его конкурентных преимуществ на рынке; проведение стратегического анализа ситуации; проведение анализа хозяйственного портфеля; выработка стратегии развития предприятия; изменение

корпоративной культуры; выявление лучших сторон; разработка направлений по улучшению качества продукта.[1]

Выделяют несколько наиболее важных функций бенчмаркинга:

Товарная политика – это определение типа продукции и проблем покупателя, которые она будет решать. Для этого необходимо сегментировать рынок и определить целевую аудиторию. С другой стороны это также поддержание уровня работы компании, при которой потребности клиентов будут непрерывно удовлетворяться.

Ценообразование – подбор оптимальной стоимости на товар. Это одна из самых сложных задач в сфере продаж. Чаще всего установление цен на продукты происходит экспериментальными путями. Важные инструменты ценообразования – это прежде всего наценки, акции, скидки и т. д.

Коммуникации. Речь идет о рекламном продвижении товаров и услуг через различные каналы: личные контакты (почта, телефон, беседа с клиентом), интернет, презентации, выставки и др.

Сбыт и продажи. Управление каналами сбыта, которое включает в себя постановку целей, делегирование полномочий, распределение ответственности между сотрудниками, работа с претензиями и разрешение конфликтных ситуаций.

Управление. Стратегическое и оперативное планирование, формирование системы коммуникации, контроль маркетинга и т. д.

У бенчмаркинга есть также и две дополнительные функции – аналитическая и производственная.

Аналитическая функция предполагает изучение маркетинговой среды, освоение новых рынков, изучение целевой аудитории и конъюнктуры рынка.

Производственная функция затрагивает организацию производства товаров и оценку их качества, исследование конкурентов, в том числе их продукции и бизнес-процессов.

Выделяют 5 этапов бенчмаркинга:

Этап 1. Выявление проблемных бизнес-процессов

Вне зависимости от вида бенчмаркинга сначала необходимо выявить, какие элементы в деятельности компании являются проблемными и что именно нужно улучшить. При этом важно определить приоритетность функций.

Особое внимание необходимо обратить на те процессы, которые играют решающую роль в формировании ценовой политики и себестоимости товаров. Следующая категория – это те элементы, у которых наблюдается большой потенциал усовершенствования.

Последняя категория бизнес-процессов – это мотивирующие и так называемые успехообращающие показатели.

Что именно сравнивается во время бенчмаркинга? Это могут быть товары и услуги, маркетинговая стратегия и сбыт, работа с покупателями и взаимодействие с ними после продаж, управление персоналом.

Этап 2. Отбор количественных и качественных показателей.

Далее необходимо проанализировать бизнес-план, чтобы выявить в нем важные показатели: трудовые (заработная плата сотрудников и накладные расходы), отличительные показатели (что именно отличает вашу продукцию от предложений конкурентов), доля и место компании на рынке, результаты финансовой стратегии, рентабельность продаж, позиционирование, обеспеченность трудовыми ресурсами, чистая прибыль.

В команду специалистов, которые будут заниматься бенчмаркингом, необходимо набрать менеджеров из различных подразделений компаний. Это позволит оценить результаты деятельности со всех сторон.

Этап 3. Поиск компаний-эталонов для сравнения.

Не стоит ограничиваться выбором только прямых и явных конкурентов. Зачастую изучение менее популярных организаций или тех, которые работают в других отраслях, также бывает полезным. Наименее успешные участники рынка могут в будущем занять лидирующие позиции. Опыт мировых компаний также может повлиять на совершенствование собственного бизнеса.

Перечень эталонов должен включать себя не более 10 компаний, а лучше – еще меньше. В основе такого списка должен лежать принцип разнообразия. Чем больше разных предприятий подобрано для сравнения, тем эффективнее будет результат бенчмаркинга.

Подбор эталона производится через STC-анализ (Skin, Trim, Cream):

S – поверхностный анализ.

T – подробный анализ.

C – выбор наилучшего кандидата.

Этап 4. Анализ собранных показателей.

Когда речь идет о внутреннем анализе, то проблем с поиском необходимой информации не возникает. Получить данные можно путем проведения формальных или неформальных опросов для поставщиков, клиентов, сотрудников и т. д.

Если же вам необходимо найти информацию о конкурентах, то тут возможны два варианта: это обоюдное согласие или шпионаж.

Обоюдное согласие предполагает оформление договоров о сотрудничестве, посещение конференций и выставок, опросы, интервью и т. д.

Шпионаж в бенчмаркинге – это совокупность таких методов, как сбор информации в открытых источниках, «тайный покупатель», общение с бывшими сотрудниками.

Этап 5. Внедрение изменений для усовершенствования работы компании.

Наконец, последний шаг – это внедрение полученных данных в работу собственного бизнеса. На основании этих сведений необходимо разработать новую стратегию развития, которая должна включать такие пункты, как:

Какой опыт компаний-эталонов является наиболее привлекательным.

Что именно из полученных данных будет внедрено в работу бизнеса.

Какие мероприятия нужно провести, чтобы достичь поставленных изначально целей.

ВАЖНО! Бенчмаркинг – это не единоразовый процесс. Повторить его следует через три года. Это позволит вам отследить изменения в работе конкурентов и снова применить их положительный опыт в своей организации.[2]

Список литературы

1) Чернопяттов А.М. Бенчмаркинг: учебник. М.: Директ-Медиа, 2018. 153с.

2) Что такое бенчмаркинг: функции, виды и примеры <https://www.kom-dir.ru/article/3639-benchmarking> (дата обращения: 10.04.2021г.)

Новикова Е.Р.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Шелобаева И.С.

Тулский филиал Финуниверситета

РЕФОРМИРОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РОССИИ В СООТВЕТСТВИИ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ СТАНДАРТАМИ

Международная система бухгалтерского учета и отчетности способствует не только обеспечению большей прозрачности и понятности представляемой информации, но и повышению качества корпоративного управления в российских компаниях. Внедрение международных стандартов бухгалтерского учета и отчетности позволит привлечь в российскую экономику дополнительные иностранные инвестиции.

Так, исследование мнений специалистов, деятельность которых связана с бухгалтерским учетом и аудитом, относительно реформы системы бухгалтерского учета и аудита, а также внедрения МСФО показало, что большинство (37%) специалистов компаний, использующих МСФО, считают полезной данную практику.

Более высокие оценки пользы применения МСФО характерны для:

- экономистов, финансовых директоров и других специалистов по финансам по сравнению с бухгалтерами;
- специалистов, обладающих уровнем знания МСФО выше среднего;
- специалистов крупных компаний.

Одним из важнейших условий реформирования бухгалтерского учета в России является обеспечение эффективного контроля за внедрением бухгалтерских стандартов как со стороны рынка капиталов, так и со стороны государственных органов, и эта проблема также сейчас активно обсуждается.

В России, как уже было сказано, все разрабатываемые положения по бухгалтерскому учету (стандарты) исходят из норм, заложенных в МСФО [1]. Однако переход на международные стандарты осуществляется прежде всего для того, чтобы сделать финансовую отчетность организаций прозрачной, а следовательно, создать условия для привлечения дополнительных средств инвесторов на развитие предпринимательства, в том числе малого и среднего. Вместе с тем концепция реформирования бухгалтерского учета с ориентировкой на МСФО имеет недостаток, заключающийся в том, что если наши организации смогут попасть на американский финансовый рынок свободных капиталов, то они вынуждены будут составлять бухгалтерскую отчетность не только на основе МСФО, но и отдельно по нормам GAAP.

Соблюдение принципов гармонизации российского бухгалтерского учета с межнациональными идеями, заложенными МСФО, позволяет при разработке ПБУ использовать все положительное, что содержится в МСФО.

Методическое обеспечение реформирования бухгалтерского учета (создание инструкций, методических указаний, комментариев) взаимосвязано с обучением бухгалтерских кадров. Поставлена задача улучшения качества подготовки кадров в учреждениях начального профессионального образования, среднего специального и высшего образования, а также создания системы профессионального ускоренного образования.

Российская система учета близка к европейской модели, для которой характерны [2]:

- ориентированность бухгалтерской отчетности на удовлетворение информационных потребностей налоговых и других органов государственной власти;
- обязательность следования утвержденным принципам отражения операций;
- обязательность применения Плана счетов, утвержденного государством, и др.

В России выбран один из наиболее рациональных способов применения МСФО и их адаптация, которая предполагает постепенное совершенствование российских правил учета и отчетности, направленное на формирование финансовой информации высокого качества в соответствии с требованиями международных стандартов. Данный способ внедрения МСФО соответствует подходу большинства европейских стран, следовательно, приближает экономическую интеграцию, гармонизацию систем учета и отчетности. При этом особенно важно, чтобы в результате была достигнута сопоставимость данных финансовой отчетности российских и иностранных компаний. В процессе дальнейшего реформирования будет:

- обеспечена непротиворечивость российской системы бухгалтерского учета общепризнанным в мире подходам к его ведению;
- сформирована модель сосуществования и взаимодействия системы налогообложения и системы бухгалтерского учета;
- введены процедуры корректировки бухгалтерской отчетности в связи с инфляцией;
- пересмотрены допустимые способы оценки имущества и обязательств;
- созданы механизмы обеспечения открытости (публичности) бухгалтерской отчетности.

Ключевым элементом реформирования бухгалтерского учета и финансовой отчетности в соответствии с международными стандартами является разработка новых и уточнение ранее утвержденных положений (стандартов) по бухгалтерскому учету, внедрение их в практику. При этом переориентация нормативного регулирования, осуществляемого Минфином России, будет направлена в основном с регулирования учетного процесса на бухгалтерскую отчетность.

Список литературы

1. О бухгалтерском учете: федер. закон: принят Гос. Думой РФ 06.12.2011: одобрен Советом Федерации 06.12.2011 // ПБД «Консультант Плюс 3000» [Электронный ресурс]: еженед. пополнение / ЗАО «Консультант Плюс», НПО «ВМИ». – Загл. с экрана.

2. Полковский А. Л. Бухгалтерское дело [Электронный ресурс]: учебник. 3-е изд., стереотип. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. 288 с.
<https://new.znaniium.com/catalog/product/1091818>

Нурмухамедова Л. Р.

Научн. рук.: канд. экон. наук., доц. Нефедова С. В.

Тулеский филиал Финансового университета

УЧЁТ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ

С наступлением информационного века хозяйствующие организации претерпели большое количество изменений, связанных с развитием научно-исследовательских работ внутри компаний и внедрением новых технологий в производственный процесс. Наиболее актуальным вопросом в рамках бухгалтерского учета фирм на сегодняшний день становится учёт нематериальных активов, в частности- интеллектуальной собственности. На протяжении последних 20 лет особенности учета операций с нематериальными активами преобразовывались вместе с законами, регламентирующими данное направление деятельности организаций. В данной статье мы рассмотрим процедуру учета нематериальных активов и результатов интеллектуальной деятельности компании с учетом последних утвержденных федеральных стандартов.

Прежде всего, под нематериальными активами организации, в соответствии с ПБУ 14-2007, подразумевается нефинансовые ресурсы, имеющие следующие функциональные признаки:

а) объект способен приносить организации экономические выгоды в будущем, в частности посредством его использования в производственном процессе или в достижении организационного целевого назначения

б) организация имеет документально подтвержденные права на получение и распоряжения экономическими выгодами, которые данный объект способен приносить в будущем;

в) возможность выделения или отделения (идентификации) объекта от других активов;

г) объект предназначен для использования в течение длительного времени, т.е. срока полезного использования, продолжительностью

свыше 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев;

д) организацией не предполагается продажа объекта в течение 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев;

е) фактическая (первоначальная) стоимость объекта может быть достоверно определена;

ж) отсутствие у объекта материально-вещественной формы. (1)

В соответствии с федеральным стандартом бухгалтерского учета к нематериальным активам недопустимо относить следующие объекты:

- научно-исследовательские, технологические и опытно-конструкторские работы, которые не дали положительного результата;
- научно-исследовательские, технологические и опытно-конструкторские работы, которые не были закончены, а также в том случае, если их результаты не оформлены в установленном нормативными правовыми актами порядке;
- финансовые вложения;
- материальные носители (вещи), в которых выражены результаты интеллектуальной деятельности. (2)

Таким образом, к нематериальным активам фактически относятся следующие объекты (рис. 1).

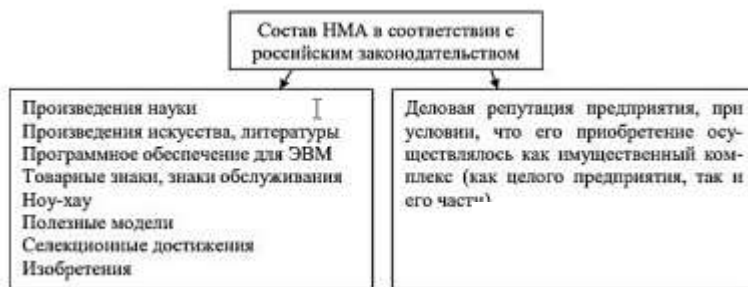


Рисунок 1, Перечень результатов интеллектуальной деятельности, средств индивидуализации, представляемые в качестве нематериальных активов предприятия. (3)

В соответствии с Федеральным законом от 8 декабря 2020 г. № 399-ФЗ "О внесении изменений в статью 5 Федерального закона "О науке и государственной научно-технической политике", к нематериальным активам относятся все права пользования – и

исключительные, и неисключительные. Это значит, что все данные права должны учитывать на балансе предприятия. Поскольку прежде неисключительные права учитывались на забалансовых счетах, оценка и перенос их на балансовые счета производится исключительно с привлечением профильной комиссии. При остатке срока использования менее 12 месяцев нематериальный актив списывается как краткосрочный, с обязательным подтверждением комиссии посредством специального акта.

Источниками нематериальных активов в организации как правило выступают следующие виды:

- Инвестиционный способ создания НМА. Включает в себя создание или приобретение объектов путем привлечение инвестиционных средств.

- НМА, заложенные в Уставный капитал. Включает в себя объекты, которые были внесены инвесторами, учредителями в процессе создания уставного капитала.

- Безвозмездные поступления НМА. Данная категория предполагает передачу в предприятие объектов НМА от других экономических субъектов на безвозмездной основе.

- Поставка объектов НМА для дальнейшего сотрудничества. Данный вид поступлений предполагает передачу НМА фирме для последующего совместного использования. (3)

Стоимость нематериальных активов в бухгалтерском балансе учитывается по фактической, первоначальной цене. В первоначальную стоимость создаваемого актива следует включать расходы по обеспечению условий его использования.

Федеральные стандарты бухгалтерского учета регламентируют процедуру ежегодной оценки сроков использования объектов НМА и амортизационных начислений, сумма которых определяется исходя из учетной политики организации. Амортизация нематериальных активов осуществляется исходя из срока полезного использования объектов НМА. В данном контексте срок полезного использования представляет собой период, в течение которого НМА приносит организации экономическую выгоду. В случае, если определение срока полезного использования невозможно, объект учитывается как НМА с неопределенным сроком полезного использования. В соответствии с новыми изменениями закона, амортизация таких активов не производится. (4)

Переоценка и обесценение нематериальных активов может способствовать изменению первоначальной стоимости объектов НМА. Однако, стоит отметить, что переоценка актива может

происходить не чаще одного раза в год, на основе текущей рыночной стоимости. Важным условием является то, что впоследствии организация обязана производить переоценку данных активов на регулярной основе. (4)

В Бухгалтерском учете предприятия переоценка отражается путем изменения остаточной балансовой стоимости актива. При увеличении балансовой стоимости сумма учитывается в составе добавочного капитала, при уменьшении - списывается на субсчет прочих расходов счета о финансовых результатах организации. В случае совпадения увеличения стоимости и уменьшения за предыдущие периоды, переоцененная сумма относится к прочим доходам организации. Уценка объекта НМА также может относиться к уменьшению добавочного капитала фирмы, если сумма соответствует ранее начисленным суммам в процессе переоценки стоимости актива. При выбытии объектов НМА сумма положительной переоценки корреспондируется по счетам «Добавочный капитал» и «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)». Результаты переоценки НМА к концу отчетного года обособляются при отражении в бухгалтерском учете. Проверка объектов НМА на обесценение может быть проведена с учетом требований международных стандартов финансовой отчетности. (3)

Таким образом, можно сделать выводы, что нематериальные активы являются неотъемлемой частью производственного процесса. В силу этого важно понимать специфическую природу данных объектов. Сущность, структура и законы, регламентирующие операции с нефинансовыми активами, постоянно меняются, в следствие чего кадры бухгалтерского отдела организаций должны располагать актуальными знаниями особенностей и нормативов учета данного вида ресурсов.

Список литературы

1. Приказ Минфина России от 27.12.2007 N 153н (ред. от 16.05.2016) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет нематериальных активов" (ПБУ 14/2007)" (Зарегистрировано в Минюсте России 23.01.2008 N 10975). [Электронный ресурс]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_63465/ (дата обращения: 20.05.2021)

2. "Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38 "Нематериальные активы" (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 N 217н) (ред. от 30.10.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2019) [Электронный ресурс]:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193595/ (дата обращения: 20.05.2021)

3. Алексеева Л.Д. Некоторые Актуальные аспекты учета объектов интеллектуальной собственности в Российской Федерации // Экономическая наука сегодня. 2019. №9. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-aktualnye-aspekty-ucheta-obektov-intellektualnoy-sobstvennosti-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 20.05.2021).

4. Принципиально новый порядок учета НМА: новые счета, ИТ-инвентаризация, условия контрактов / Гарант. [Электронный ресурс]: <http://www.garant.ru/news/1446120/> (дата обращения: 20.05.2021).

Онишко А.А

Научн. рук.: канд.экон.наук, доц. Нефёдова С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ЗЕМЕЛЬНЫЙ НАЛОГ

Земельный налог является местным налогом. Налог и авансовые платежи по налогу уплачиваются налогоплательщиками-организациями в бюджет по месту нахождения земельных участков.

Организации не признаются налогоплательщиками если их земельные участки, находятся на праве безвозмездного пользования, в том числе переданные им по договору аренды.

Объектом налогообложения признаются земельные участки, расположенные в пределах муниципального образования, на территории которого введен налог.[1]

Объектом налогообложения не признаются :

1. земельные участки, изъятые из оборота. в соответствии с законодательством РФ;

2. земельные участки из состава земель лесного фонда;

3. земельные участки, ограниченные в обороте в соответствии с законодательством РФ, занятые находящимися в государственной собственности водными объектами в составе водного фонда;

4. земельные участки, входящие в состав общего имущества многоквартирного дома;

5. земельные участки, ограниченные в обороте в соответствии с законодательством РФ, которые заняты особо ценными объектами культурного наследия народов РФ, объектами, включенными в Список всемирного наследия, историко-культурными заповедниками, объектами археологического наследия, музеями-заповедниками.

Налогоплательщики-организации определяют налоговую базу самостоятельно на основании сведений ЕГРН (Единого государственного реестра недвижимости) о каждом земельном участке, принадлежащем им на праве собственности или праве постоянного пользования.

Налоговые ставки устанавливаются нормативными правовыми актами органов муниципальных образований и не должны превышать:

1. 0,3% в отношении земельных участков:

1.1. отнесенных к землям сельскохозяйственного назначения или к землям в составе зон сельскохозяйственного использования в населенных пунктах и используемых для сельскохозяйственного производства;

1.2. занятых жилищным фондом и объектами инженерной инфраструктуры жилищно-коммунального комплекса.

1.3. не используемых в предпринимательской деятельности, приобретенных для ведения личного подсобного хозяйства, садоводства или огородничества;

1.4. ограниченных в обороте в соответствии с законодательством РФ, предоставленных для обеспечения обороны, безопасности и таможенных нужд.

2. 1,5% в отношении прочих земельных участков.[2]

Налог подлежит уплате в срок не позднее 1 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом.

Авансовые платежи по налогу подлежат уплате в срок не позднее последнего числа месяца, следующего за истекшим отчетным периодом.

Начиная с 2021 года, налогоплательщики-организации налоговые декларации по земельному налогу не представляют.[3]

Таким образом, за игнорирование обязанности по уплате налогов законом установлены серьезные нормы ответственности (от штрафов до уголовного преследования). Так что слоган «заплати налоги и спи спокойно» уже не выглядит таким анекдотичным. Своевременные налоговые поступления в бюджет обеспечивают финансовую стабильность госу

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации Ч.2 [Электронный ресурс]: федер. закон от 5.08.2000 № 117 – ФЗ (ред. от 17.02.2021) <http://www.consultant.ru>. (дата обращения 7.04.2021)

2. Земельный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 25.10.2001 № 136 – ФЗ (ред. от 30.12.2020) <http://www.consultant.ru>. (дата обращения 7.04.2021)

3. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс] <https://www.nalog.ru>. (дата обращения 7.04.2021)

Панина М.Г.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Медведева Т.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ПРИОБРЕТЕНИЕ ЖИЛЬЯ В ЖИЗНЕННЫХ ПЛАНАХ СТУДЕНТОВ

Студенческие годы считаются одним из лучших периодов жизни человека. Это время своеобразного межфазового перехода — от подросткового возраста к молодому, — озаменованное большим количеством приключений, переживание эмоций и получением различного опыта, как положительного, так и отрицательного. Студенчество является переходным и с точки зрения условий проживания: дети отделяются от родителей и переезжают из их дома в другой.

Во всем мире возросшая мобильность молодых людей, стремление к самостоятельности, поиски места учебы и работы означают для них прежде всего необходимость впервые снять жилье и знакомство с непростыми законами и правилами жизни вне отчего дома, без постоянной поддержки близких. В более глобальных планах у молодых людей появляется приобретение жилья [4].

Чтобы оценить масштабность намерений студентов в отношении приобретения своей недвижимости мы провели опрос. Опрос выступает элементом маркетинговой деятельности [3]. В опросе участвовали обучающиеся колледжей и вузов, а также недавние выпускники учебных заведений в возрастном диапазоне от 17 до 27 лет в общем количестве 100 человек.

Основное число опрошенных составили девушки, обучающиеся преимущественно на 1 и 3 курсах (рисунки 1 и 2).

Главный вопрос, который был задан молодым людям – «Планируете ли Вы приобретение собственного жилья?» (рисунок 3).

Основываясь на полученных данных, можно сделать вывод, что основная часть опрошенных (74%) планируют приобретение своего жилья, 21% - сомневающиеся или предпочитающие не покупать своей недвижимости.



Рисунок 1 – Пол респондентов (составлено и проведено авторами)

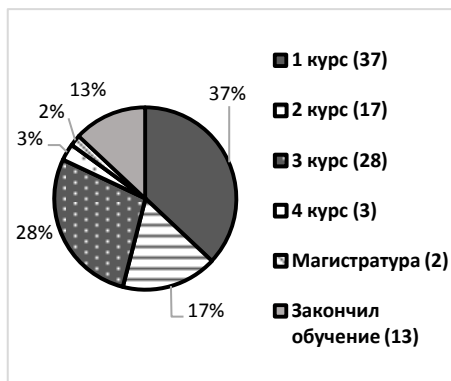


Рисунок 2 – Стадия обучения (составлено и проведено авторами)

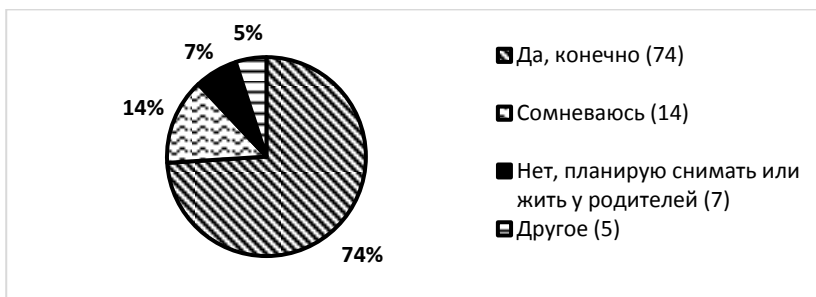


Рисунок 3 – Планы молодежи на приобретение собственного жилья (составлено и проведено авторами)

В категорию «Другое» вошли такие ответы, как: «уже имеется собственное жилье» и «планирую жить в квартире молодого человека». Таким образом, можно сказать, что вопрос приобретения жилья стоит остро среди молодежи.

Среди тех, кто утвердительно ответил на предыдущий вопрос, было установлено, что основная часть респондентов (38,7%) стремится купить свое жилье через пару лет после окончания учебного заведения. Сразу после окончания учебы планируют приобретение жилья лишь 12,9% опрошенных. Так же были люди, которые уже сейчас, получая специальность, готовы приобрести недвижимость (9,7%). В категорию «Другое» вошли такие ответы как: «как только

будет возможность», «скорее всего квартиру купят родители. Когда — дело времени и успехов в их бизнесе», «когда будет стабильный, хороший заработок» и прочее. Для многих учащихся (30,1%) этот вопрос оказался сложным, и они не смогли на него ответить (рисунок 4).

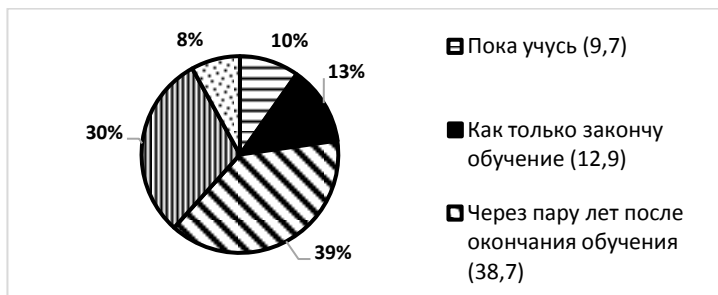


Рисунок 4 – Период приобретения жилья (*составлено и проведено авторами*)

Помимо временного промежутка приобретения жилья, следует обратить внимание на ожидания молодежи. Большинство респондентов (47,7%) на вопрос «Какого типа жилье предполагается приобрести?» планируют покупку жилья бизнес-класса. 36,4% - хотят приобрести жилье эконом-класса. Также 15,9% опрошенных претендуют на элитное жилье. Таким образом, запросы на недвижимость у молодежи достаточно высокие (рисунок 5).

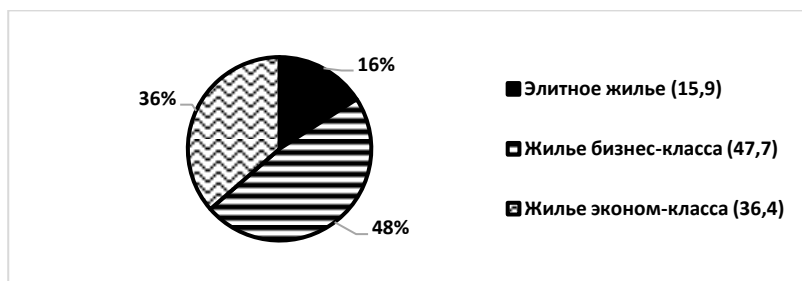


Рисунок 5 – Тип жилья (*составлено и проведено авторами*)

Согласно выше сделанным выводам, следует изучить финансовые возможности и планы обучающихся. Прежде чем узнать, на какие средства молодежь планирует покупку жилья, необходимо установить по каким финансовым схемам планируется приобретение недвижимости. Основываясь на данных, полученных в ходе опроса, получаем, что 66,3% респондентов планируют приобрести жилье на первичном рынке, а 33,7% на вторичном.

Итак, переходим к, пожалуй, главной стороне вопроса – финансовой. За счет каких средств планируется приобретение собственного жилья? Считают ли учащиеся и выпускники, что после окончания учебного заведения, будут достаточно обеспечены для покупки недвижимости? Ответы на эти вопросы представлены на рисунке 6 и 7.

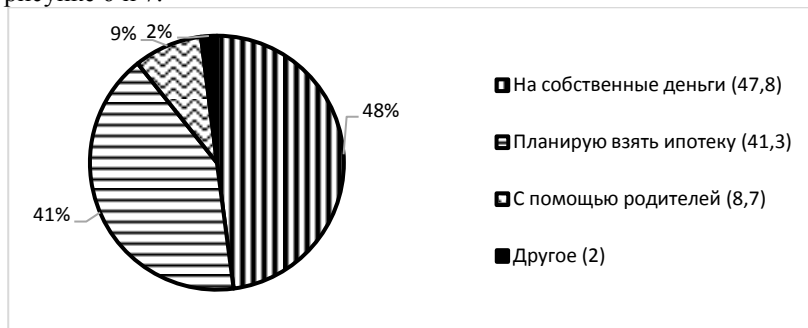


Рисунок 6 – Финансовые возможности обучающихся (составлено и проведено авторами)

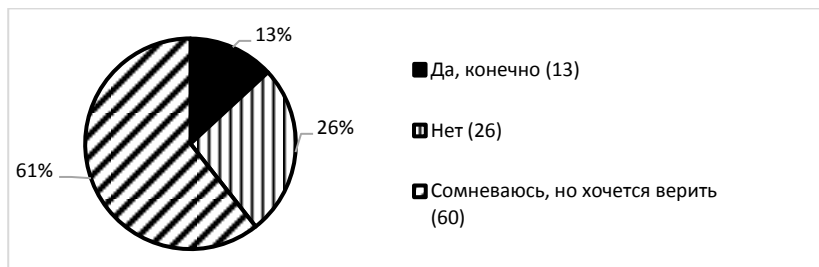


Рисунок 7 – Материальная обеспеченность обучающихся (составлено и проведено авторами)

Основываясь на вышеприведенных данных, делаем вывод: большинство респондентов (более 85%) считают, что после окончания учебного заведения молодежь будет недостаточно материально обеспечены для покупки жилья. А значит, вытекает вопрос, за счет каких средств молодые люди планируют приобретать недвижимость? Больше половины опрошенных (51%) рассчитывают на помощь родителей и государства.

Таким образом, для приобретения жилья большинству молодых людей требуется поддержка государства.

В статье нами рассмотрена целевая программа для обучающихся на юге страны. Она позволяет на льготных приемлемых условиях купить собственную квартиру даже студентам.

Среди всех прочих программ, нацеленных на решение жилищных проблем граждан, «Квартира для студентов» выделяется особенно. В первую очередь она является узконаправленной, ориентирована на улучшение положения отдельной категории граждан. К ней относятся собственно сами студенты, а также их родители. А кроме того родители учащихся из старших классов, молодые ученые. Кроме того, инициатива предоставления подобной помощи студентам исходила не от государства, а финансовых и строительных компаний разнообразных организационно-правовых форм [2].

В целях воплощения положений программы в жизнь в регионе было построено большое количество новых квартир при взаимодействии государства и бизнеса [1]. Это однокомнатные, двухкомнатные небольшой площади квартиры с полной отделкой. Программа рассчитана на лиц с различными доходами, предоставляет множество льгот, скидок и вариантов приобретения квартир.

Учитывая интересы покупателей (студентов), застройщики и банки предлагают несколько возможных вариантов приобретения квартир. Рассмотрим каждый из них подробнее [5].

Первый вариант, когда в наличии имеются средства для оплаты стоимости квартиры в полном объеме. В этом случае можно рассчитывать на хорошую скидку от застройщика.

Второй — наличие суммы лишь для начального взноса. Если она составляет более тридцати процентов, то можно рассчитывать на рассрочку платежей.

Третий — наличие суммы для первоначального взноса (менее тридцати процентов). В этом случае можно оформить ипотечный кредит на выгодных условиях.

И в последнем случае у покупателя нет никакого стартового капитала для приобретения жилья. При таких обстоятельствах студенту будет оказана помощь в составлении плана для сбора необходимой суммы в определенный срок.

Для учащихся вузов устанавливается ценз по возрасту. Они могут вступить в эту программу, если им исполнился двадцать один год. Для студенческой пары указанного возраста должен достичь хотя бы кто-то один. Если приобретают жилье родители, то сам студент может быть и моложе. А вот родители наоборот не должны достигнуть возраста шестидесяти пяти лет. Ведь по условиям этой программы погасить кредит нужно до достижения указанного возраста.

Преимущества этой студенческой программы очевидны. Она помогает учащимся Вузов, молодым студенческим семьям, специалистам и даже их родителям решить жилищный насущный вопрос. Приобретение квартир с льготами и скидками позволит студентам, отправившимся на обучение в другой город, проживать в комфортных нормальных условиях.

Кроме того, платить за собственное жилье выгоднее, чем за съёмное. Покупать именно на предлагаемых программой условиях также выгодно.

К недостаткам можно отнести следующие моменты. Во-первых, устанавливается определенный возрастной предел (начальный и конечный) для участия в студенческой программе. Следовательно, у студентов первых курсов такая возможность отсутствует. Если только родители не захотят оказать им подобного рода помощь.

Другим сложным для соблюдения условием является наличие официальной занятости студентов. Далеко не все учащиеся в двадцать один год имеют работу (официальную подработку) [5].

Таким образом, большинство молодых людей настроены на покупку своей недвижимости в ближайшие возможные для этого сроки. Однако, современные программы ипотечного кредитования в Тульской области поддерживают в основном молодые семьи. Людям, еще не создавшим свою ячейку общества, в нашем регионе стоит рассмотреть приобретение жилья за личные накопления или вариант льготного кредитования сотрудников определенных сфер деятельности. В любом случае, приобретение своей недвижимости - важный этап в жизни каждого человека, который лучше пройти в молодости.

Список литературы

1. Калинин Н.В., Медведева Т.В. Теоретическая ретроспектива эффективной стратегии сотрудничества государства и бизнеса // Концепт. - Киров: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании. - 2016. - Т. 5. - С. 114-120.

2. Медведева Т.В., Евдокимов А.А. Анализ организационно-правовых форм хозяйствования в регионах рф и мире // Концепт. 2015. № S9. С. 86-90.

3. Медведева Т.В. Экономическое обоснование применения маркетинговой информационной системы // Актуальные вопросы развития мировой и модернизации российской экономики. Сборник научных трудов. Под общей редакцией Л.В. Матраевой, С.Г. Ерохина. М.: Издательство: ЗАО «Университетская книга». 2016. С. 72-77.

4. Целевая программа «Квартира для студента» [Электронный ресурс]: <http://квартира-для-студента.рф> (дата обращения: 27.10.20)

5. Смирнова А.А., Шомина Е.С., Жилищный вопрос для студентов: проблемы и возможности [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhilischnyu-vopros-dlya-studentov-problemy-i-vozmozhnosti> (дата обращения: 27.10.20)

Панченко И.Е.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

“Управление качеством” обеспечивает превосходное качество продукции и услуг. Надёжность, долговечность, производительность – всё это является критериями определения качества продукта. Также качество является важным параметром, с помощью которого предприятие отличается от своих конкурентов. Специальные инструменты управления качеством, с помощью которых происходят изменения в системах и процессах производства, которые в итоге отражаются на качестве товара или услуги. Чтобы сделать творение наивысшего качества, которое будет удовлетворять потребность покупателя в полной мере, как раз-таки и нужно управление качеством. Бизнес чаще всего успешен тогда, когда идет упор не на количество произведенного продукта, а на качество. Качественные продукты гарантируют, что вы с улыбкой переживете конкуренцию. [1]

Управление качеством имеет важное значение для удовлетворения потребностей клиентов, что в итоге приводит к их лояльности[2]. Для каждого бизнеса важно иметь несколько постоянных клиентов. Вам нужно иметь несколько клиентов, которые вернутся в вашу организацию, несмотря ни на что.

Клиенты вернутся в вашу организацию только в том случае, если они удовлетворены вашими продуктами и услугами. Нужно быть уверенным, что конечный пользователь доволен вашим продуктом. Помните, что клиент будет счастлив и удовлетворен только тогда, когда ваш продукт соответствует его ожиданиям и удовлетворяет его потребности. Понять, чего ждет от вас клиент? Выяснить, в чем на самом деле заключается его потребность? Собирать подходящую информацию, которая даст вам больше информации о потребностях и требованиях клиентов. Отзывы клиентов должны собираться на регулярной основе и тщательно контролироваться. Управление качеством обеспечивает высокий

уровень продукции и услуг путем устранения дефектов и улучшения системы. Высокое качество продукции, в свою очередь, приводит к лояльным и удовлетворенным клиентам, которые приносят с собой десять новых клиентов. Не забываем, что можем сэкономить немного денег, игнорируя процессы управления качеством, но в конечном итоге потеряем своих основных клиентов, тем самым понесем огромные убытки. Управление качеством гарантирует, что вы поставляете продукцию в соответствии с обещаниями, сделанными клиентам с помощью различных способов продвижения. Инструменты управления качеством помогают организации проектировать и создавать продукт, который действительно нужен и желателен заказчику.

Управление качеством обеспечивает увеличение доходов и повышение производительности труда организации[2]. Сотрудники зарабатывают только в том случае, когда зарабатывает компания, а также они расстраиваются, если зарплата приходит не вовремя. А так как деньги – это очень сильный мотиватор, то они важны в управлении. Сами зарплаты могут приходить вовремя только при наличии стабильного получения прибыли в компании. Использование элементов управления качеством могут обеспечить высокую лояльность потребителей, удовлетворяя сотрудников, увеличив денежный поток, сделав практичное место для работы и тому подобное, тем самым улучшив бизнес. Так становление управления качеством может повлиять на выбор претендента на место в компании.

Надо устранять некоторые процессы, которые не вносят заметного результата в производительность организации, а просто отнимают драгоценное рабочее время сотрудника, поэтому управление качеством помогает сотруднику правильно распределиться временем, то есть за меньшее количество времени выполнить большее количество работы.[2]

Также управление качеством может помочь сократить количество отходов и собрать фонды на чёрный день. Еще управление качеством обеспечивает тесную систему между сотрудниками предприятия. Это навязывает сотрудникам командную сплочённость, что вследствие положительно влияет на рост компании.

Список литературы

1. Горбашко Е. А., Филатова Т.А. Методология и инструментарий управления [Электронный ресурс]
<https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-sistemy-upravleniya-kachestvom-uslug-servisnoy-organizatsii> (дата обращения: 28.05.2021)

2. Управление качеством
[https://ru.wikipedia.org/wiki/Управление_качеством#:~:text=Управление %20качеством%20\(англ.%20quality%20control\),и%20принятия%20решений%20по%20качеству](https://ru.wikipedia.org/wiki/Управление_качеством#:~:text=Управление%20качеством%20(англ.%20quality%20control),и%20принятия%20решений%20по%20качеству) (дата обращения: 28.05.2021)

Петухова Д.В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефедова С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

КАССОВЫЕ ОПЕРАЦИИ И ПРИМЕНЕНИЕ ККТ: ТРЕБОВАНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА, ТИПИЧНЫЕ НАРУШЕНИЯ И ОТЕСТВЕННОСТЬ ЗА НИХ

Прежде чем раскрывать такую обширную тему как кассовые операции в бухгалтерском учёте, необходимо дать определение ключевым терминам, которые будут являться предметом рассуждения.

Кассовый чек - первичный учетный документ, сформированный в электронной форме и (или) отпечатанный с применением ККТ в момент расчета между пользователем и покупателем (клиентом), содержащий сведения о расчете, подтверждающий факт его осуществления и соответствующий требованиям законодательства РФ о применении контрольно-кассовой техники.

Вторым, но не менее важным первичным учётным документом, приравненным к кассовому чеку, будет являться бланк строгой отчётности. Сформированный в электронной форме и (или) отпечатанный с применением автоматизированной системы для бланков строгой отчетности в момент расчета между клиентом за оказанные услуги, пользователем и клиентом за оказанные услуги, содержащий сведения о расчете, подтверждающий факт его осуществления и соответствующий требованиям законодательства РФ о применении контрольно - кассовой техники [Ст. 1.1, 1].

ККТ применяется на территории РФ в обязательном порядке всеми организациями и ИП при осуществлении ими расчетов кроме случаев, установленных Законом N 54-ФЗ

ККТ применяется при осуществлении следующих расчетов:

- Приём денежных средств за товары, работы, услуги
- Приём денежных средств в качестве предварительной оплаты товаров, работ, услуг
- Получение иного встречного представления за товары, работы, услуги
- Зачёт и возврат предварительной оплаты за товары, работы, услуги [Ст. 1.1, 1].

Регистрация ККТ проходит в несколько этапов и применяется на месте осуществления расчета с покупателем (клиентом) за исключением расчетов, установленных ФЗ РФ от 22 мая 2003 г. N 54-ФЗ. Рассмотрим данные этапы:

1 этап: подача заявления о регистрации контрольно-кассовой техники

2 этап: получение из ФНС Уведомления о присвоении регистрационного номера ККТ

3 этап: запись в ФН указанного регистрационного номера ККТ и регистрационных данных организации-пользователя и формирование отчета о фискализации

4 этап: предоставление в ФНС отчета о фискализации

5 этап: получение Карточки регистрации контрольно-кассовой техники

6 этап: подключение ККТ в личном кабинете ОФД с целью предоставления в ФНС сведений о совершенных операциях [Ст. 4.2, 1].

Для соблюдения норм закона контрольно-кассовая техника должна отвечать следующим основным требованиям, вот некоторые из них:

- Иметь корпус, с нанесенным на корпус заводским номером, содержать внутри корпуса часы реального времени, устройство для печати фискальных документов;
- Обеспечивать возможность установки фискального накопителя внутри корпуса;
- Передавать фискальные данные в фискальный накопитель, хранить их и обеспечивать поиск любого фискального документа, записанного в ФН;
- Обеспечивать формирование фискальных документов в электронной форме; Обеспечивать возможность передачи фискальных документов, любому ОФД [Ст. 4.2, 1].

До начала осуществления расчётов или же по окончании осуществления расчётов с применением ККТ формируется отчёт об открытии/ закрытии смены. Кассовый чек (БСО) не может быть сформирован позднее чем через 24 часа с момента формирования отчета об открытии смены.

При выполнении корректировки расчетов, которые были произведены ранее, формируется кассовый чек коррекции (БСО) после формирования отчета об открытии смены, но не позднее формирования отчета о закрытии смены.

Порядок предоставления кассовых чеков (бланков строгой отчетности) при осуществлении расчета осуществляется так, что кассир (иное уполномоченное лицо) подразделения ОАО обязан: выдать кассовый чек или бланк строгой отчетности на бумажном носителе и (или) в случае предоставления покупателем (клиентом) пользователю до момента расчета абонентского номера либо адреса электронной почты направить кассовый чек или бланк строгой отчетности в электронной форме покупателю (клиенту) на предоставленные абонентский номер либо адрес электронной почты (при наличии технической возможности для передачи информации покупателю (клиенту) в электронной форме на адрес электронной почты), если иное не установлено Федеральным законом РФ от 22 мая 2003 г. N 54-ФЗ [4].

Несмотря на это, существует ряд нюансов в порядке предоставления кассовых чеков (бланков строгой отчетности) при осуществлении расчета в безналичном порядке. То, что кассир (иное уполномоченное лицо) подразделения ОАО при осуществлении расчета в безналичном порядке, исключаяющего возможность непосредственного взаимодействия с покупателем (клиентом) или уполномоченным им лицом и не подпадающих под действие положений пунктов 5 и 5.1 статьи 1.2. Федерального закона РФ от 22 мая 2003 г. N 54-ФЗ, обязан обеспечить передачу покупателю (клиенту) кассового чека (БСО) одним из следующих способов:

1) в электронной форме на абонентский номер или адрес электронной почты, покупателя (клиента), не позднее рабочего дня, следующего за днем осуществления расчета, но не позднее момента передачи товара;

2) на бумажном носителе вместе с товаром в случае расчетов за товар без направления покупателю кассового чека (БСО) в электронной форме;

3) на бумажном носителе при первом непосредственном взаимодействии с клиентом в случае расчетов за работы и услуги без направления клиенту кассового чека (БСО) в электронной форме.

Кассовый чек (БСО) должен быть сформирован не позднее рабочего дня, следующего за днем осуществления расчета, но не позднее момента передачи товара [Ст. 1.2 п.5.3-5.4, 1].

Основными особенностями онлайн-касс для безналичных расчетов в сети «Интернет» от обычных касс являются такие различия как то, что при регистрации кассы в ФНС в заявлении необходимо заполнять дополнительный пункт «ККТ используется в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» с

обязательным указанием адреса сайта; фактически ККТ находится в процессинговом центре и взаимодействие пользователя с ККТ происходит с помощью сети «Интернет»; пользователь онлайн ККТ обязаны обеспечить передачу покупателю (клиенту) кассового чека в электронной форме на адрес электронной почты, указанные покупателем (клиентом) до совершения расчетов. При этом кассовый чек или бланк строгой отчетности на бумажном носителе пользователем может не печататься [3].

Кассовые операции ведутся в кассе кассиром или иным работником, определенным руководителем юридического лица или иным уполномоченным лицом из числа своих работников, с установлением ему соответствующих должностных прав и обязанностей, с которыми кассир должен ознакомиться под роспись.

Между работодателем и кассиром заключается договор о полной индивидуальной материальной ответственности за вверенные кассиру наличные деньги и документы [П. 4, 2].

Акт о возврате денежных сумм покупателям (клиентам) по неиспользованным кассовым чекам (форма № КМ-3) оформляется ответственным лицом комиссии подразделения ОАО. Акты о возврате денежных сумм покупателям (клиентам) по неиспользованным кассовым чекам нумеруются в хронологическом порядке с начала календарного года.

Акт о возврате денежных сумм покупателям (клиентам) по неиспользованным кассовым чекам оформляется в случае ошибочного пробития кассовых чеков и (или) при возврате денежных сумм покупателям (клиентам) по неиспользованным кассовым чекам по окончании рабочего дня.

Акт о возврате денежных сумм покупателям (клиентам) по неиспользованным кассовым чекам оформляется в одном экземпляре.

В акте о возврате денежных сумм покупателям (клиентам) по неиспользованным кассовым чекам указываются номера всех ошибочно пробитых кассовых чеков, а также кассовых чеков, по которым произведен возврат денежной суммы покупателю. Акт подписывается членами комиссии.

На сумму денег по возвращенным покупателями (клиентами) чекам уменьшается выручка кассы и заносится в журнал кассира - операциониста.

На всех ошибочно пробитых кассовых чеках, а также кассовых чеках, по которым произведен возврат денежной суммы, ставится штамп «Погашено». Чеки приклеивают на лист бумаги.

- КМ-6 - справка-отчет кассира - операциониста

Справка-отчет кассира - операциониста (форма No KM-6) оформляется кассиром - операционистом (иным ответственным лицом) подразделения ОАО на основании показаний контрольных счетчиков контрольно-кассовых машин о получении наличной денежной выручки.

Справка-отчет к кассира - операциониста оформляется ежедневно в конце рабочего дня (смены).

Справка-отчет кассира - операциониста оформляется в одном экземпляре.

Справка-отчет кассира - операциониста оформляется на основании контрольной ленты кассовой машины, сведений о показаниях счетчиков контрольно-кассовых машин и выручки организации, и подписывается кассиром - операционистом (иным ответственным лицом) подразделения ОАО и вместе с выручкой сдается по приходному кассовому ордеру старшему (главному) кассиру (иному ответственному лицу) или руководителю (иному уполномоченному им лицу) подразделения ОАО.

- КО-1 оформляет ответственный работник подразделения ОАО при поступлении наличных денежных средств в кассу;

Ответственный работник подразделения ОАО осуществляет регистрацию КО-1 в журнале регистрации приходных и расходных кассовых документов. После получения денежных средств кассир подписывает КО-1; Приложенные к КО-1 документы погашаются кассиром штампом или надписью «Оплачено» с указанием даты. На основании КО-1 кассир оформляет КО-4. КО-1 (с приложениями) кассир передает вместе с отчетом кассира (отрывным листом кассовой книги) работнику подразделения, ведущего бухгалтерский учет под расписку с отметкой о принятии документа. Лицо, ответственное за ведение бухгалтерского учета подразделения ОАО подписывает КО-1. При расчетах с применением ККТ или БСО приходный кассовый ордер может быть оформлен на общую сумму принятых наличных денежных средств по окончании проведения кассовых операций. Такой ПКО заполняется на основании контрольной ленты ККТ, бланков строгой отчетности (БСО), приравненных к кассовому чеку.

- Расходный кассовый ордер (КО-2)

КО-2 оформляет ответственный работник подразделения ОАО при выбытии наличных денежных средств из кассы. Ответственный работник подразделения ОАО осуществляет регистрацию КО-2 в журнале регистрации приходных и расходных кассовых документов. После выдачи денежных средств кассир подписывает КО-2. Приложенные к КО-2 документы погашаются кассиром штампом или

надписью «Оплачено» с указанием даты. На основании КО-2 кассир оформляет КО-4. Лицо, ответственное за ведение бухгалтерского учета подразделения ОАО подписывает КО-2.

- В журнале КО-3 регистрируют КО-1 и КО-2 до приема и выдачи наличных денежных средств. КО-3 формируется в одном экземпляре на один календарный год, нумерация листов осуществляется в порядке возрастания с начала календарного года

- Книга учета принятых и выданных кассиром денежных средств (КО-5)

Применяется при наличии в подразделении нескольких касс. Оформляется старшим кассиром (иным ответственным лицом) в одном экземпляре. Нумерация листов осуществляется в порядке возрастания с начала календарного года. КО-3 и КО-5 должны быть прошнурованы и опечатаны. Старший кассир перед началом рабочего выдает кассирам (иным лицам) авансом необходимую для расходных операций наличных денежных под расписку в книге КО-5. Кассиры (иные лица) в конце рабочего

Кассиры (иные лица) в конце рабочего отчитываются перед старшим кассиром в полученном авансе и в деньгах, принятых по приходным документам, и сдают остаток наличных денег и кассовые документы по произведенным операциям старшему кассиру под расписку в книге КО-5 [5].

Список литературы

1) О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 22 мая 2003 г. N 54-ФЗ. consultant.ru

2) Пункт 4 Указания Банка России от 11 марта 2014 года N 3210-У [Электронный ресурс]. consultant.ru

3) Алексеева Г.И. Расчеты с подотчетными лицами: новшества в порядке ведения кассовых операций // Бухгалтерский учёт в бюджетных и некоммерческих организациях. 2018. №1-.С.9-15.

4) Муравицкая Н.К. Учет расчетов с подотчетными лицами // Хроноэкономика, 2018. № 2. С.22-25

5) Сивова М. Кассовая дисциплина и ответственность за ее нарушение [Электронный ресурс]. <https://www.google.ru/amp/s/nalog-nalog.ru/amp/buhgal..>

Писанко К.Д.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тульский филиал Финуниверситета
АУДИТ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ

В последние годы нематериальные активы приобретают все большее значение. Конкретные события в деловом мире привели к росту ценности знаний, ноу -хау и процессов за счет относительной стоимости материальных активов, таких как собственность и машины.

Многие из наиболее ценных предприятий мира в значительной мере зависят от стоимости нематериальных активов. Подумайте о Facebook, стоимостью более 300 миллиардов долларов, оправданной в первую очередь стоимостью его гигантской пользовательской базы. Это так же относится к другим гигантским корпорациям. В современном мире становится очень важным, чтобы нематериальные активы признавались, оценивались и представлялись таким образом, чтоб можно было генерировать полезную информацию для пользователей финансовой отчетности этих компаний.

В целях бухгалтерского учета нематериальные активы должны признаваться активы если будут соблюдены следующие условия: контролируется предприятием и от которого ожидается получение предприятием будущих экономических выгод, является сепарабельным, то есть не зависит от носителей (диск, флеш-карты и др.), предусматривается длительное использование объекта (более 12 месяцев), первоначальную стоимость объекта можно достоверно определить, отсутствие у объекта материально-вещественной формы. [3].

Нематериальные активы к бухгалтерскому учету должны приниматься по первоначальной (фактической) стоимости.

К нематериальным активам не причисляются активы из далее перечисленного: незавершенные научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы (далее НИОКР) – учитываются на счете 08 «вложения во внеоборотные активы»; материальные носители НМА (диски, флэш-карты, карты памяти и пр.): средства индивидуализации, которые могут быть приравнены к материальным носителям; финансовые вложения; интеллектуальные, а также деловые качества персонала организации.

Основной задачей аудита нематериальных активов является установление корректности отражения фактов хозяйственной жизни предприятия, имеющих отношение к данному участку учета, в бухгалтерском учете и отчетности.

Информация для проверки объектов НМА включает данные по счету 04 «Нематериальные активы», учетная политика организации, договора купли-продажи объектов нематериальных активов, авторские договоры, акты приемки-передачи объектов нематериальных активов, карточки учета нематериальных активов, учетные регистры, Главная

книга, форма «Бухгалтерский баланс», форма «Приложение к бухгалтерскому балансу» и др.

Этапы аудита нематериальных активов:

14. Планирование и разработка программы проверки;

15. Сбор аудиторских доказательств в соответствии с разработанной программой;

16. Проверка соблюдения организацией требований законодательства в области проведения инвентаризации; правильности оформления документов; установлены ли сроки проведения инвентаризации объектов НМА в приказе об учетной политике, и соблюдаются ли эти сроки и т. д.

17. Проверка правильности и обоснованности учета активов в качестве финансовых вложений; проверка первичных документов по учету нематериальных активов;

Аудит в учете нематериальных активов осуществляется в соответствии с п. 6 ПБУ 14/2007.

Примерами нематериальных активов являются: торговые марки, программное обеспечение, лицензии, франшизы, авторские права, патенты, списки клиентов, квоты и т. Д.

По состоянию на 2020 год В некоторых отраслях стоимость нематериальных активов составляет до 80% стоимости предприятия, в связи с этим в современном мире необходимо вовремя формировать мнение о достоверности бухгалтерской отчетности во всех существенных областях.

С 2021 года порядок учета объектов НМА был изменен. Связано это с применением Федерального стандарта «Нематериальные активы» с 1 января 2021 года. Основная цель изменения — это достижение единообразия ведения учета данной группы активов. Конкретно были изменены Инструкции №157 Н, 162Н, 174н и 183н. [2].

В 2021 году исключительные права учитываются в том же порядке, что и ранее. Самые заметные изменения — это детализация по видам нематериальных активов счетов, так или иначе касающихся учета исключительных прав.

Сравнив положения Стандарта с действующими нормами Инструкции № 157н, можно выделить следующие новшества в порядке учета объектов НМА с 2021 года:

1. Был увеличен перечень случаев, при которых объекты учета не могут относиться к объектам НМА.

2. Предусмотрены критерии признания объектов, являющихся НИОКР, проводимых собственными силами организации, в качестве НМА.

3. В зависимости от способа приобретения (создания) объектов НМА и иных факторов установлен порядок определения первоначальной стоимости объектов НМА.

4. Предусмотрено разделение объектов НМА на две подгруппы: с определенным сроком полезного использования и с неопределенным сроком полезного использования.

5. Амортизация не осуществляется в отношении нематериальных активов с неопределенным сроком использования.

6. Организация вправе использовать один из трех методов начисления амортизации на объекты НМА, предварительно закрепив порядок в учетной политике

7. Предусмотрены особенности учета доходов, которые возникают при продаже объектов НМА.

8. Установлены требования к раскрытию информации об объектах НМА (результатах операций с ними) в бухгалтерской (финансовой) отчетности и переходные положения.

Наиболее распространенными ошибками, выявляемыми в ходе проверки, как показывает анализ актов проверки, являются следующие:

1. включение в состав нематериальных активов различных лицензий;

2. ежеквартальное, а не ежемесячное начисление амортизации;

3. отсутствие первичных приходных документов;

4. оформление первичных документов по движению нематериальных активов с нарушением установленных требований;

5. неправильное начисление амортизации по отдельным объектам нематериальных активов;

6. отсутствие аналитического учета;

Проведя необходимые процедуры проверки нематериальных активов, аудитор должен убедиться в том, что вся необходимая существенная информация о нематериальных активах раскрыта в финансовой (бухгалтерской) отчетности [4, с. 136].

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».

2. Федеральный закон "Об аудиторской деятельности" от 30.12.2008 N 307-ФЗ.

3. Положение по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» ПБУ 14/2007, утвержденным приказом Министерства Финансов Российской Федерации от 27.12.2007 № 153н.

4. Лев Б. Нематериальные активы. Управление, измерение, отчетность. Москва : Квинто-консалтинг, 2020. 359 с.

5. Булыга, Р. П. Аудит бизнеса: учебник для студентов магистратуры, обучающихся по направлениям подготовки "Экономика", "Финансы и кредит", "Государственный аудит", "Менеджмент" / Р. П. Булыга ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - Москва : ЮНИТИ, 2021. - 343 с.

6. Гусельщикова Н. Б. Бухгалтерский учет, аудит и анализ : учебное пособие / Н. Б. Гусельщикова, Е. А. Акопян, О. И. Сердюкова. - Нальчик : Печатный двор, 2020

7. Ухнаевич У.А. Аудит нематериальных активов: учебное пособие для учащихся по направлению подготовки 38.03.01 "Экономика" (квалификация (степень) "бакалавр") / О. В. Дмитриева. - Москва : ЮНИТИ, 2019.

8. Учет. Анализ. Аудит. Т. 8, № 1. - 2021. - 90 с.

Пискунова С. Д., Ситнов Д. П.,

Научн. рук.: ст. преп. Романовская Н. Н.

Тульский филиал финуниверситета

АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТУЛЬСКОГО РЕГИОНА. ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Развитие экономики России определяется состоянием ее регионов как социально-экономических субъектов, которое, в первую очередь, зависит от места их расположения на территории страны и ресурсов, которыми они обладают.

Экономический рост региональной экономики, улучшение жизни ее населения, стабильность экономической ситуации обусловлены повышением эффективности деятельности отдельных субъектов, величина которой свидетельствует о неодинаковом их вкладе в достижение высокого уровня развития национального хозяйства. [1, с. 64]

В статье мы хотим разобрать социально-экономическое развитие Тульской области, с помощью статистических данных проанализировать основные проблемы данного субъекта.

Валовой региональный продукт - один из основных показателей, характеризующих уровень экономического развития области, к 2022 году в среднем на одного жителя области будет приходиться 541,8 тыс. рублей, 546,2 тыс. рублей, 549,8 тыс. рублей созданного валового, регионального продукта (по вариантам прогноза соответственно) против 371,7 тыс. рублей в 2017 году.[2, с. 94]

В структуре экономики Тульской области основное место по вкладу в валовой региональный продукт занимают промышленность, оптовая и розничная торговля, сельское хозяйство, операции с недвижимым имуществом, транспортировка и хранение, строительство, темпы роста которых оказывают непосредственное влияние на темпы роста валового регионального продукта. [5]

За счет расширения внешнего и внутреннего спроса, ввода новых мощностей и инновационного обновления существующих производств предполагается увеличение объема отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по полному кругу организаций промышленного производства в 2022 году в действующих ценах до 1026,56 млрд рублей по консервативному варианту, до 1036,2 млрд рублей по базовому варианту и до 1037,5 млрд рублей по целевому варианту прогноза. Прирост производства в физическом исчислении относительно 2018 года составит 10,3% по консервативному варианту прогноза, 12,6% по базовому варианту и 14,5% по целевому варианту прогноза.[3]

Наибольшее влияние на динамику показателей промышленного производства в целом в 2019-2022 годах окажут следующие виды деятельности: производство пищевых продуктов; производство напитков; производство химических веществ и химических продуктов; производство прочей неметаллической минеральной продукции; производство готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования; металлургическое производство; производство бумаги и бумажных изделий; обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха.

В структуре агропромышленного комплекса удельный вес продукции растениеводства в общем объеме продукции сельского хозяйства составляет порядка 60,0%, животноводства - 40,0%.[4]

Предполагается, что в 2022 году прирост валовой продукции сельского хозяйства к уровню 2018 года по базовому варианту составит 16,2%, по консервативному варианту прогноза - 15,2% и по целевому варианту прогноза - 17,5%. Умеренная динамика сельскохозяйственного производства в среднесрочной перспективе обусловлена достаточно высокими объемами производства и темпами, сложившимися в 2016-2017 годах.

В целях дальнейшего развития агропромышленного комплекса в регионе продолжают реализовываться мероприятия, направленные на привлечение инвестиций. На текущий момент в агропромышленном комплексе Тульской области в разной стадии реализации находятся 37 инвестиционных проектов. Сумма инвестиций по проектам составит

более 95 млрд рублей. Планируется создание более 7 тысяч рабочих мест.

Реализация инвестиционных проектов обеспечит регион сельскохозяйственной продукцией, а также позволит сделать её конкурентоспособной за пределами региона.

Реализация жилищной политики в период 2020-2022 годов будет продолжена в соответствии с задачами, поставленными Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

С учетом предполагаемых мероприятий, объемов ввода в эксплуатацию жилых домов средняя обеспеченность населения общей площадью жилых домов в прогнозируемом периоде имеет тенденцию роста.

Принимая во внимание развитие сетевых торговых компаний и тенденцию к укрупнению торговых предприятий, предполагается увеличение в общем объеме розничного товарооборота доли крупных организаций и субъектов среднего предпринимательства и сокращение доли товарооборота на розничных рынках и ярмарках.

В прогнозируемом периоде товарная насыщенность будет носить устойчивый характер и соответствовать платежеспособному спросу населения. Решающим критерием выбора покупателя останется цена товара.

В 2022 году ожидается увеличение оборота розничной торговли по базовому варианту до 369,5 млрд рублей, по консервативному варианту до 363,4 млрд рублей, по целевому варианту до 373,9 млрд рублей, что в физическом исчислении относительно 2018 года составит 109,2%, 106,9% и 110,8% соответственно. [3]

В прогнозируемом периоде в структуре платных услуг основную долю будут, по-прежнему, занимать социально значимые услуги (жилищно-коммунальные, услуги связи, транспортные и бытовые услуги).

Одновременно будет происходить рост количества — платных образовательных, медицинских услуг, развитие туристических и других видов услуг.

В 2020-2022 годах ожидается увеличение экспорта в связи с расширением поставок отечественных товаров благодаря политике государственного стимулирования экспорта.

По базовому варианту прогноза в 2020-2022 годах экспорт товаров прогнозируется в диапазоне 3,9 - 4,8 млрд долларов США. Также в структуре внешнеторгового оборота ожидается превышение

объемов экспортных операций в 3,2 - 3,3 раза над импортными операциями. Сальдо торгового баланса Тульской области является положительным и сохранит соответствующую динамику на период до 2022 года.

Прогнозируется нормализация стабильного внешнего спроса на продукцию тульских товаропроизводителей, дальнейшая либерализация внешнеторгового, инвестиционного и валютного законодательства, умеренное колебание цен на основные товары тульского экспорта.

Благодаря деятельности крупных инвесторов на территории области в прогнозном периоде сохранится положительная динамика притока инвестиций в основной капитал. Суммарно за 2020-2022 годы, по прогнозу, на развитие экономики будет направлено 590,5 млрд рублей инвестиций по консервативному варианту, 606,3 млрд рублей по базовому варианту, 617,9 млрд рублей по целевому варианту прогноза (в действующих ценах). Совокупный прирост в 2022 году к уровню 2018 года составит 111,8%, 118,2%, 120,8% (в сопоставимых ценах) по вариантам прогноза соответственно. [3]

В прогнозном периоде региональная социально-экономическая политика будет направлена на стабилизацию численности населения Тульской области, увеличение числа родившихся и уменьшение смертности населения, в том числе в трудоспособном возрасте, а также на повышение ожидаемой продолжительности жизни при рождении и продолжительности здоровой жизни. [3]

На наш взгляд, региональная социально-экономическая политика должна способствовать эффективной специализации регионов, генерированию самостоятельных источников финансирования общественного сектора экономики региона, обеспечению системной поддержки малого бизнеса (как форме самозанятости трудоспособного населения региона), созданию региональной инфраструктуры предпринимательства, оценке реального ресурсно-финансового потенциала региона, преодолению объективно сложившихся различий между регионами, а также укреплению их финансовой самостоятельности (на базе концепции бюджетного федерализма).

Как показывает описание текущего положения, Тула имеет проблемы стратегического характера, обусловленные изменениями внешнего окружения, а так же внутренними факторами.

В числе них отсутствие способностей гибко реагировать на изменчивое состояние внешнего окружения, мировые, глобальные тенденции и развитие технологического прогресса. Это привело к

тому, что Тула продолжает жить и развиваться, не создавая современных конкурентоспособных продуктов.

Такие факторы как плохая экология, недостаточно высокий уровень высокопроизводительных рабочих мест, и как результат невысокий уровень доходов населения относительно Москвы, значительный износ строительной, коммунальной и транспортной инфраструктуры, – все это усиливает негативные тенденции, которые угрожают снижением показателей социально-экономического развития. [5]

Для решения указанных проблем новая стратегия социально-экономического развития должна учитывать следующие аспекты:

- Согласованность стратегии с глобальными тенденциями;
- Наличие механизмов стратегического управления, позволяющих развивать способности гибкого реагирования на тенденции внешнего окружения;
- Усилия обслуживания города должны быть сфокусированы на его развитии и решении социально-демографических проблем;
- Определение требований к компетенциям лиц, осуществляющих стратегическое и оперативное управление, как на муниципальном и региональном уровне, так и на уровне руководителей организаций всех форм.[4]

Список литературы

1. Гришин В.И., Гагарина Г.Ю. (под общ. ред.) Региональная экономика [Электронный ресурс]: учебник. М.: КноРус, 2021. 457 с. <https://book.ru/book/939070> (дата обращения: 27.04.2021).

2. Селищева Т.А. Региональная экономика [Электронный ресурс]: учебник. М.: ИНФРА-М, 2018. 469 с. <https://znanium.com/catalog/document?id=304347> (дата обращения: 27.04.2021).

3. Прогноз социально-экономического развития Тульской области на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов [Электронный ресурс] / Сайт правительства Тульской области. <https://tularegion.ru/ekonomika/ses/> (дата обращения: 27.04.2021).

4. Бенежных Т.И., Макенов М.М. Социально-экономическое развитие регионов России: проблемы и пути решения [Электронный ресурс] // Экономика и бизнес. 2017. т.15, вып. 3, стр. 541-552. <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-ekonomicheskoe-razvitieregionov-gossii-problemy-i-puti-resheniya> (дата обращения: 27.04.2021).

5. Корначук О.С., Кирьянова В.А. Перспективы социально – экономического развития Тульского региона [Электронный ресурс] // Экономика и бизнес. 2019. №11(91)

<https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-tul'skogo-regiona> (дата обращения: 27.04.2021).

Прилепская Е.О.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефедова С. В.

Тулский филиал Финуниверситета

ВЛИЯНИЕ COVID-19 НА ФИНАНСОВУЮ ОТЧЕТНОСТЬ В РОССИИ И МИРЕ

Пандемия коронавируса отрицательно повлияла на финансовую отчетность в России. В начале 2020 года экономика России и мира столкнулась с такой проблемой, как COVID-19. Мировая эпидемия заставила изменить политику финансовой отчетности, а также существенно повлияла на стоимость российской валюты. Изменилось также соглашение ОПЕК+, что в итоге привело к снижению стоимости нефти [2]. В условиях пандемии возникли вопросы о том, как правильно составить финансовую отчетность, а также как корректно оценить и раскрыть в МСФО-отчетности влияние этих событий на деятельность компаний, их финансовый результат, изменение их планов и стратегий. После вспышки заболеваемости и объявления карантина многие фирмы в России закрылись, либо понесли огромные потери. Таким образом, нужно было рассматривать новые пути ведения финансового учета в связи с данными событиями.

Подверглись изменениям сроки предоставления финансовой отчетности. Так, бухгалтерская отчетность за 2019 год могла быть представлена не позднее 12.05.2020, согласно п. 47 ПБУ 4/99. Дата предоставления отчетности до пандемии - до 30.03.2020 [2].

К примеру, 4 марта Комиссия по ценным бумагам и биржам США сообщила о предоставлении условного освобождения от соблюдения срока подачи годовых отчетов, документов с информацией о предстоящем ежегодном собрании акционеров (проху statements), а также других обязательных документов, если он выпадает на период с 1 марта по 30 апреля [2].

Немаловажно для компаний следить за изменениями в экономике из-за пандемии, а также подстраиваться под новые введенные условия, так как это может значительно повлиять на финансовую отчетность. Целый ряд областей потребует дальнейшего осмысления и анализа, из них пять являются приоритетными: непрерывность деятельности и ликвидность; оценка обесценения; изменение условий договоров; оценка справедливой стоимости, а также государственная помощь и налог на прибыль [1].

1. Непрерывность деятельности и ликвидность.

Самым важным вопросом для руководителей компаний, которые пострадали от кризиса и пандемии, является то, выживет ли их фирма? Определенно, для успешного существования предприятия необходимо наличие денежных потоков – средств, которые позволят им выжить в будущем.

Для составления финансовой отчетности руководству необходимо оценить, возможно ли непрерывное продолжение деятельности компании. В данной ситуации разумным будет учесть как существующее, так и предполагаемое влияние пандемии, что может отрицательно сказаться на производительности фирмы.

Важно осознанно подходить к оценке всех аспектов, которые формируют непрерывность деятельности компании. Если же при подготовке финансовой отчетности фирма все-же примет решение о беспрерывности своего функционирования, она будет обязана раскрыть все факторы неопределенности.

Принятое руководством решение будет зависеть от степени распространения коронавируса и характера его воздействия на компанию. Поскольку ситуация непредсказуема, решение о непрерывности деятельности может измениться.

2. Оценка обесценения

В конце каждого отчетного периода компании должны оценивать наличие обесценения нефинансовых активов. Актив становится обесцененным, если компания не может возместить балансовую стоимость актива за счет его использования или продажи [1].

Признаками обесценения можно считать меры, направленные на предотвращения распространения вируса: закрытие предприятий, приостановка деятельности и т. д.

Определение возмещаемой стоимости будет осуществляться в процессе оценки обесценения активов. Для этого им нужно оценить размер ожидаемых будущих денежных потоков, а также ожидаемые колебания денежных потоков.

В данное время пандемия представляет большие трудности для определения того, сможет ли компания исполнить прогнозный бюджет денежных потоков.

3. Изменение условий договоров

Многие компании, пострадавшие от кризиса, могут столкнуться с проблемой денежных потоков из-за прекращения или снижения эффективности деятельности, повышения затрат и потери выручки. Решить это можно несколькими путями. Дополнительное финансирование, изменение условия кредитных договоров. Данные условия созданы для компаний, если они уже не смогут соблюдать

условия кредитных договоров. В таких случаях немаловажно определить, будет ли изменение договора означать аннулирование договора.

При этом возникают последствия и для кредиторов. Финансовые организации, в частности банки и страховые компании, получают просьбы помочь заемщикам, освободив их от исполнения обязательств в отношении денежных потоков. Это будет считаться модификацией договора и потребует от них пересмотра показателей своего кредитного портфеля и ожидаемых кредитных убытков. Компании, занимающиеся операциями с недвижимым имуществом, также должны будут оценить последствия предоставления арендаторам льгот по арендной плате.

4. Оценка справедливой стоимости

Существуют определенные активы, которые обязаны оцениваться в учете по справедливой стоимости. Она представляет собой оценку цены закрытия на определенную дату, которая делается на основе допущений, которые использовали бы участники рынка в текущих условиях [1].

При формировании оценок и допущений для определения справедливой стоимости компании должны учитывать условия и соответствующие допущения, которые были или могли быть известны участникам рынка. Влияние на оценку справедливой стоимости будет зависеть от определения того, повлияла бы степень серьезности эпидемии на отчетную дату на допущения участников рынка при оценке ими стоимости на тот момент.

Также для компаний важно раскрыть информацию для составления финансовой отчетности о влиянии пандемии на оценку справедливой стоимости. Составители учета должны понимать, какие данные использовались для создания допущений.

5. Государственная помощь и налог на прибыль

Многие правительства вводят меры и особые условия поддержки отдельных отраслей после вспышки коронавируса. Эти привилегии могут включать в себя прямые субсидии, освобождение от налогов, снижение налогов и налоговые кредиты, увеличение периода реализации неиспользованных налоговых убытков, сокращение государственных сборов, снижение или отсрочка арендных платежей, а также кредиты по сниженной процентной ставке [2].

Определенно, финансовая отчетность подвергнется влиянию всего этого. Такие меры попадают в сферу действия различных стандартов: по налогам на прибыль, государственной помощи, аренде

или финансовым инструментам, и порядок учета этих мер в каждом конкретном случае может быть различным.

Важным фактором, на который необходимо обратить внимание при отражении в учете последствий по налогу на прибыль, является фактическое принятие правительством соответствующих законодательных актов [1]. Компании должны определить, вступили ли, по существу, в силу изменения налоговых ставок и налогового законодательства по состоянию на отчетную дату. Кроме того, исходя из характеристик каждой налоговой льготы или скидки, необходимо определить надлежащий порядок их отражения в учете – как сокращение расходов по налогу на прибыль или как получение государственной помощи.

Таким образом, в такое сложное для экономики время, компаниям необходимо поддерживать свою деятельность. Несмотря на трудности, очень важно завоевать доверие своей новой политикой. Оперативная реакция на события в мире поможет сохранить прежнее, докризисное состояние фирмы. В это сложное время финансовая отчетность может сыграть значимую роль во взаимодействии между компанией и ее заинтересованными лицами.

Список литературы

1) Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учебник / Ю.И. Сигидов [и др.]; под редакцией Ю.И. Сигидова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 340 с. <https://znanium.com> (дата обращения 14.05.2021).

2) Как раскрыть последствия COVID-19 в финансовом учете [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://pro.rbc.ru/news/5ec26d139a79476f0b1eacb5> (дата обращения 12.05.2021).

Рамоментьева Е.С.

Научн.рук.: докт. экон. наук, проф.Смыслова О.Ю.

Липецкий филиала Финауниверситета

ПОВЕДЕНИЕ КОМПАНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ERP-РЕШЕНИЙ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Пандемия коронавируса внесла существенные изменения в мировую экономику. Введение ограничений оказало влияние на подходы компаний к развитию и поддержанию конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынке. Ключевыми факторами функционирования бизнеса в условиях резко изменившейся

экономической ситуации и постоянного усложнения технологий стали понятия гибкости и адаптивности [1, с.107]. На сегодняшний день ИТ-сфера предлагает решения, позволяющие поддерживать и увеличивать эффективность работы компании. В этих условиях возникает особый интерес каким образом компании из разных отраслей и сегментов подошли к вопросу использования возможностей корпоративных информационных систем в период экономической нестабильности. Рассмотрим его более подробно.

В условиях кризиса от пандемии и усиления конкуренции для компаний представляются актуальными вопросы поиска способов снижения издержек и возможностей поддержания бизнес-процессов. Изменившиеся правила рынка приводят к необходимости пересмотра подходов к управлению организацией [2, с.9]. Самое очевидное в сложившейся экономической ситуации – быстро подстраиваться под новый формат работы. Гибкость как способность производственной системы адаптироваться к изменению условий функционирования с минимальными затратами, а также адаптивность как способность предприятия оперативно реагировать на текущие изменения под влиянием внешних и внутренних факторов – ключевые понятия для менеджеров в ситуации экономической нестабильности [1, с.8].

Изменения становятся для многих компаний причиной для переосмысления планов развития, в том числе и по направлению информационных технологий. Проявленная предприятиями реакция на изменения отражается на рынке программного обеспечения. Для компаний, относящихся к сферам торговли, машиностроения, строительства, пищевой и химической промышленности – основных потребителей ERP-решений – возникает вопрос дальнейшего взаимодействия с рынком систем управления предприятием.

Системы планирования ресурсов предприятия (ERP) значительно влияют на эффективность деятельности и бизнес-стратегии организации. Современные ERP-системы обеспечивают немедленный доступ сотрудников компании к необходимой информации, позволяют отслеживать важные для оценки рисков показатели, генерировать отчеты об эффективности. Успешно внедренный проект ERP предлагает инструменты и ресурсы, необходимые для более точного анализа и прогнозирования. Предоставление детальной аналитической информации в режиме реального времени помогает минимизировать административные и эксплуатационные расходы, а также значительно ускоряет процесс принятия своевременных и эффективных для функционирования компании решений, что особенно актуально в условиях нестабильности.

Учитывая собственные потребности, компании принимают решения в части работы с проектами ERP. Как показывает практика, ряд компаний, которые уже занимаются цифровой трансформацией, не останавливают процесс внедрения автоматизированных систем управления, а используют вынужденное затишье в бизнесе для ускорения и завершения ERP-проектов. Так предприятия производственного сектора продолжают внедрение данного IT-продукта с целью повышения эффективности и безопасности производства. Компании розничной торговли также используют новые технологии и подстраивают свои бизнес-модели под растущий объем онлайн-продаж. Высокие темпы роста электронной коммерции ведут к увеличению потребности компаний в сокращении времени цепочки поставок, установлении прямых деловых отношений с клиентами, улучшении и персонализации взаимодействия с конечными пользователями [3].

Некоторые компании находят период турбулентности наиболее удачным для реализации задуманных ранее проектов по автоматизации процессов, создания необходимого цифрового фундамента. Например, предприятия, в которых происходят различные формы реорганизации и трансформации, используют период перестройки бизнес-процессов для внедрения ERP-систем.

Ряд крупных предприятий, у которых в настоящее время уже внедрены системы планирования ресурсов предприятия, различными способами их развивают и дорабатывают. Наиболее актуальным становится вопрос автоматизации процессов, необходимых для перехода на удаленную работу без потерь в качестве.

Согласно новому исследованию BCG и The Network при участии hh.ru, в гибких моделях, позволяющих хотя бы периодически работать из дома, заинтересованы 60% россиян. «Также ожидается, что 40% сотрудников в будущем так или иначе станут работать удаленно» [4]. Так как сохраняется вероятность возвращения время от времени к социальному дистанцированию, компании стремятся обеспечить единую цифровую среду без привязки к местонахождению сотрудника. Разработчики и поставщики ERP-систем предлагают решения, позволяющие сотрудникам, не выходя из дома, работать с той же программой, которая установлена на компьютере в офисе. Это может достигаться путем переноса офисной базы данных в облако. При возникновении необходимости всю информацию из «облачной» версии можно вернуть обратно на рабочий компьютер.

В связи с экономическим спадом ряд средних компаний отказываются от внедрения новой системы или временно

приостанавливают проекты. В сложившейся ситуации это, прежде всего, связано с отсутствием свободных денежных средств на внедрение ERP-системы. Поскольку внедрение системы ERP является длительным и сложным процессом некоторые компании не готовы к риску вложения ресурсов в данные проекты.

Таким образом, подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что пандемия оказала особое влияние на формирование поведенческой модели потребителей ERP-решений. Кризис выявил востребованность ИТ-продуктов, указал на слабые места автоматизации и стал неким толчком к доработке существующих на рынке продуктов. В ближайшем будущем многие эксперты отмечают, что организации продолжают внедрять системы ERP. Нам видится это как способ повысить эффективность своей деятельности и получить преимущества перед конкурентами.

Список литературы

1. Смылова О.Ю. Перспективы развития предприятий реального сектора экономики в новых реалиях постпандемии / Смылова О.Ю., Осипова И.В., Филоненко Н.Ю., Иванова Н.В. // Региональные проблемы преобразования экономики. 2020. № 5 (115). С. 107-115.

2. Смылова О.Ю. Готовность регионов к новым вызовам промышленной революции // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2019. № 48. С. 9-28.

3. Егоров П.В., Моисеева А.В. Гибкость предприятия как экономическая категория // Вестник института экономических исследований. 2019. № 1 (13). С. 5-11

4. Системы управления предприятием (ERP-рынок России) [Электронный ресурс] // Tadviser. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php/> Дата обращения 05.05.2021

5. Согласно глобальному исследованию рынка талантов, 89% опрошенных ожидают, что их работа останется частично удаленной и после окончания пандемии [Электронный ресурс] // Boston Consulting Group. – Режим доступа: <https://www.bcg.com/ru-ru/press/31march2021-global-talent-market-research-working-partially-remote-post-pandemic>.

Дата обращения 10.05.2021

Реутова Е.А., Цветкова А.А.

Научн. рук.: ст. преп. Соколов С.Л.

ФБГОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НОРМАТИВНОЙ БАЗЫ ПО ВОПРОСАМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Экономическая безопасность Российской Федерации в настоящий момент находится, на взгляд авторов, на этапе своего развития, а в частности ее нормативная база. Это связано прежде всего с тем, что нашей стране как таковой ещё нет и 30 лет и многие нормативно-правовые акты СССР после многочисленных кризисов не то, чтобы утратили свою актуальность, но и стали неприменимы в связи с переходом с плановой экономики на рыночную.

В связи в этом существуют провалы как в экономике, так и в праве. С экономической точки зрения были утрачены многие производственные площади и ранее использовавшиеся просторы. Ситуацию усугубляет ещё тот факт, что на данных территориях потребление как минимум продуктов питания сохраняется. Это в свою очередь создаёт дополнительную нагрузку на продовольственную безопасность.

В российском праве также не обошлось без отрицательных моментов. Неточности в законодательстве остаются одними из важных текущих проблем. Огромное количество принимаемых законопроектов остаются без качественной реализации. Это прежде всего связано с тем, что в реализуемых программах для оценки результатов используют не количественные оценки, а качественные.

Также остается ненадежной и медлительной сама система принятия законопроектов. Из-за временных лагов (интервалов между необходимостью принятия проекта и его фактическим принятием, а также началом его реализации) теряется актуальность или же меняются параметры будущих государственных программ, возникают трудности с бюджетом.

Важным моментом в становлении нормативной базы Российской Федерации являлась нормативная база СССР, послужившая основой нынешнего законодательства. При этом следует отметить и самостоятельный положительный результат, достигнутый за прошедшее время:

- взаимосвязи между всеми органами власти, упоминавшимися ранее, налажены и составляют полноценный аппарат (механизм) обеспечения экономической безопасности;
- многоуровневая и структурированная система, которая учитывает интересы всех регионов, а также интересы многонационального народа;

– с точки зрения предпринимательства государство не только де-юре, но и де-факто обеспечило существование реальных рыночных отношений в условиях той же рыночной экономики;

– система упрощенного документооборота для внутреннего рынка успешно работает уже несколько лет.

Таким образом, в современных условиях наша страна находится в неплохом состоянии правовой системы, при этом ей остаётся необходима ещё полноценная работа с недоработанной частью правового регулирования, в том числе в обеспечении экономической безопасности.

Согласно Стратегии экономической безопасности уровень импортного потребления на внутреннем рынке должен быть менее 30% [1]. Однако, как показал кризис 2008 года, наша страна в многом была зависима от импортной продукции, особенно со стороны продовольственных товаров и промышленных комплектующих, а также была нестабильна на мировом рынке.

Рассмотрим рынок продовольствия на рисунке 9, который наглядно показывает неустойчивость российской экономики в кризисные периоды, а значит и неустойчивость остальных отраслей жизни человека, в том числе права. Поскольку в усложнённой ситуации отрасль права должна диктовать рынку условия существования, а не наоборот.

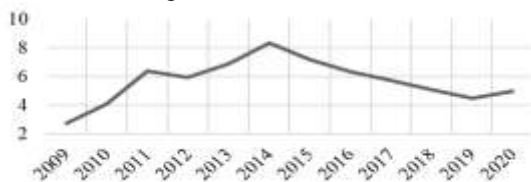


Рисунок 9 – Импорт продукции растениеводства в России (в млн тонн)¹

На рисунке четко видно, как кризис начал проявляться ещё в 2007 году, когда объём импортной продукции вырос более чем в 2 раза за год. Однако основные изменения как в законодательстве, так и в последствии в отрасли сельского хозяйства произошли лишь спустя 4 года.

Положительным остаётся тот факт, что кризис 2014 года практически не отразился на продовольственной безопасности страны, а значит, проработанная нормативно-правовая база, созданная ранее, качественно функционирует в современных условиях.

¹ Составлено автором по: [4-10].

С точки зрения финансового сектора обеспечения экономической безопасности можно спокойно говорить об относительно сбалансированном бюджете, хороших каналах распределения денежных потоков. Бесспорно, коррупционные каналы и отток денег в теневую экономику значительно ударяют по экономической безопасности нашей страны. Согласно, самым критичным оценкам экспертов коррупция в Российской Федерации ежегодно обходится стране в 6-7% от ВВП [1]. Это может привести к снижению или прекращению экономического роста в стране, снижению экономической стабильности и безопасности. Для предотвращения текущей тенденции необходимо принятие мер, созданию нормативно-правовых основ по увеличению раскрытия данных преступлений, увеличению открытости экономики, снижению чиновничьего аппарата, который способствует процветанию коррупции на территории страны.

Рассматривая оборонно-промышленный комплекс Российской Федерации, обеспечивающий в том числе и экономическую безопасность, можно говорить об подверженности Российской экономике к кризисным спадам. Это отмечено на рисунке 10.

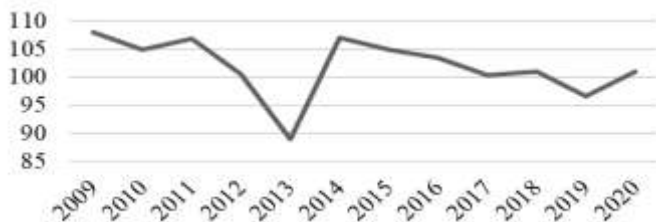


Рисунок 10 – Индекс промышленного производства Российской Федерации в период с 2004 по 2016 год, в % к предыдущему году²

Законодательно ни в одном источнике регулирования не обозначен план действий при наступлении неблагоприятных событий. С одной стороны, это дает оптимистичный настрой населения и уверенность в завтрашнем дне. С другой стороны, в кризисные годы, когда экономика подвержена больше всего, нет единого плана или регулятора, который бы обеспечивал единую тактику действий. В нашей стране нет комплексных мер по решению глобальных проблем. Во многом, решения ведутся точечно различными органами власти

² Составлено автором по: [2].

или органами управления, что создает также дополнительную нагрузку при обеспечении экономической безопасности.

Энергетический аспект экономической безопасности нашей страны, также подвержен кризисным изменениям. Это видно на рисунке 11.

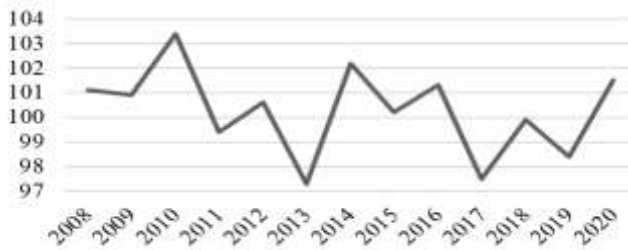


Рисунок 11 – Производство и распределение электроэнергии, газа и воды в РФ, в % к предыдущему году³

При этом энергетика подвержена и природно-климатическим факторам. Так, например, на рисунке видно изменяющуюся тенденцию в 2011 году, когда на территории Российской Федерации наблюдалась аномальная засуха. Здесь лидирующую, важнейшую позицию занимают погодные условия (обильные дожди, град, шквалистый ветер и др.), поскольку напрямую от этого зависят уровни добычи как воды, так и электроэнергии полученной на ГЭС, ветряных станциях и другие.

В данном случае с точки зрения права, на взгляд автора, не хватает точной детальной оценки текущего состояния как природы таковой, так и ее изменения. При этом скорость информирования предприятий и населения об изменениях погодных условий также остается важным приоритетом.

Таким образом, можно сделать вывод о текущем состоянии экономической безопасности нашей страны. Мы находимся на этапе изменений и преобразований как экономики, так и права, обслуживающего экономику. Это значит, что недостатки не до конца проработанной нормативной базы отражаются на экономике и на качестве жизни населения особенно остро в кризисные годы. Для предотвращения данных негативных последствий необходимо включение во все ныне созданные стратегии положений по контролю и регулированию негативных последствий на этапе их возникновения.

³ Составлено автором по: [3].

Поскольку в настоящее время в условиях кризиса предыдущий нормативно-правовой документ, не содержащий таких положений, заменяется новым, что ведет в увеличению правовой базы, которую в свою очередь достаточно проблемно отслеживать и контролировать.

Список литературы

1. Купрещенко Н.П., Федотова Е.А. Оценка современного состояния коррупции в России // Вестник экономической безопасности. 2015. №5. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>, свободный.

2. Индексы производства по Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>, свободный

3. Индексы производства по виду экономической деятельности "Производство и распределение электроэнергии, газа и воды" по субъектам Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>, свободный.

4. Основные показатели сельского хозяйства в России в 2017 году // Бюл./Росстат. – М., 2018. – 65с.

5. Основные показатели сельского хозяйства в России в 2015 году // Бюл./Росстат. – М., 2016. – 65с.

6. Основные показатели сельского хозяйства в России в 2013 году // Бюл./Росстат. – М., 2014. – 65с.

7. Основные показатели сельского хозяйства в России в 2011 году // Бюл./Росстат. – М., 2012. – 65с.

8. Основные показатели сельского хозяйства в России в 2009 году // Бюл./Росстат. – М., 2010. – 66с.

9. Основные показатели сельского хозяйства в России в 2007 году // Бюл./Росстат. – М., 2008. – 61с.

10. Основные показатели сельского хозяйства в России в 2005 году // Бюл./Росстат. – М., 2006. – 61с.

Рикунова Е. И.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Шелобаева И.С.

Тулльский филиал Финуниверситета

АУТСОРСИНГ В БУХГАЛТЕРСКОМ ДЕЛЕ

Самой важной причиной аутсорсинга послужила нехватка достаточно квалифицированного персонала в области бухгалтерских услуг, особенно для малого и среднего бизнеса.

Термин «аутсорсинг» составлен из двух слов: out – «внешний» и resourcing – «снабжение ресурсами». Аутсорсинг – это передача внутренних бизнес-функций или процессов иногда вместе с соответствующими активами внешнему поставщику или провайдеру, который предоставляет услугу в течение установленного времени по согласованным сторонами расценкам.

Аутсорсинг бухгалтерского дела – передача функций бухгалтерского учета или процессов ведения бухгалтерского учета или отдельных участков учета (учет заработной платы, учет основных средств, учет банковских операций и т.д.), иногда вместе с соответствующими активами внешнему (стороннему) поставщику или провайдеру, который предоставляет конкретную услугу по учету в течение установленного времени по согласованным сторонами расценкам, гарантируя определенное качество ведения учета и распределяя риски по ведению учета на себя и заказчика [1].

В нормативно-законодательной литературе нет классификации и самого определения аутсорсинга бухгалтерского учета. Анализ литературных источников показал, что в основном услуги аутсорсинга бухгалтерского учета включают следующий перечень услуг [2]:

1 группа - Обработка и ведение хозяйственных операций в 1С:

- Услуги по ведению расчетов с поставщиками и покупателями;
- Услуги по ведению расчетно- кассовых операций;
- Услуги по расчету заработной платы

2 группа - подготовка и сдача отчетности

- Услуги по заполнению бухгалтерской отчетности
- Предоставление отчетности
- Услуги по ведению учета имущества
- Консультации

Существуют следующие подходы к организации учетного процесса на условиях аутсорсинга.

Можно выделить четыре подхода, основанные на разделении учетных функций.

Первый подход предусматривает разделение учетных функций по работникам фирмы на основе ввода данных, далее осуществляется контроль, анализ и выдача результатов (рисунок 1).

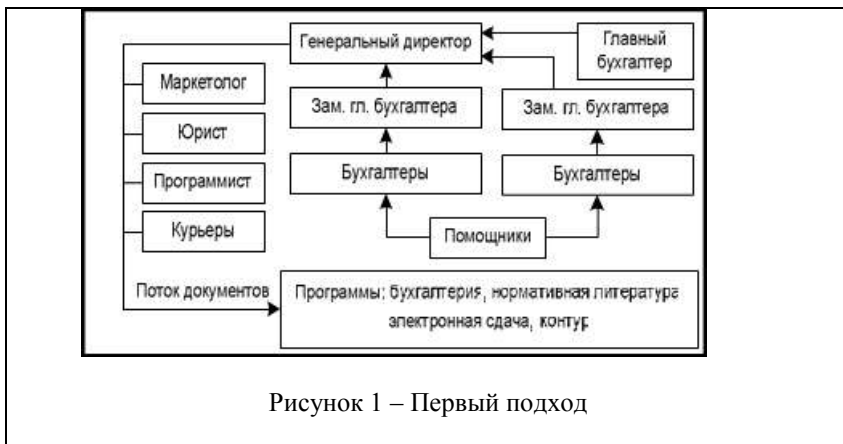
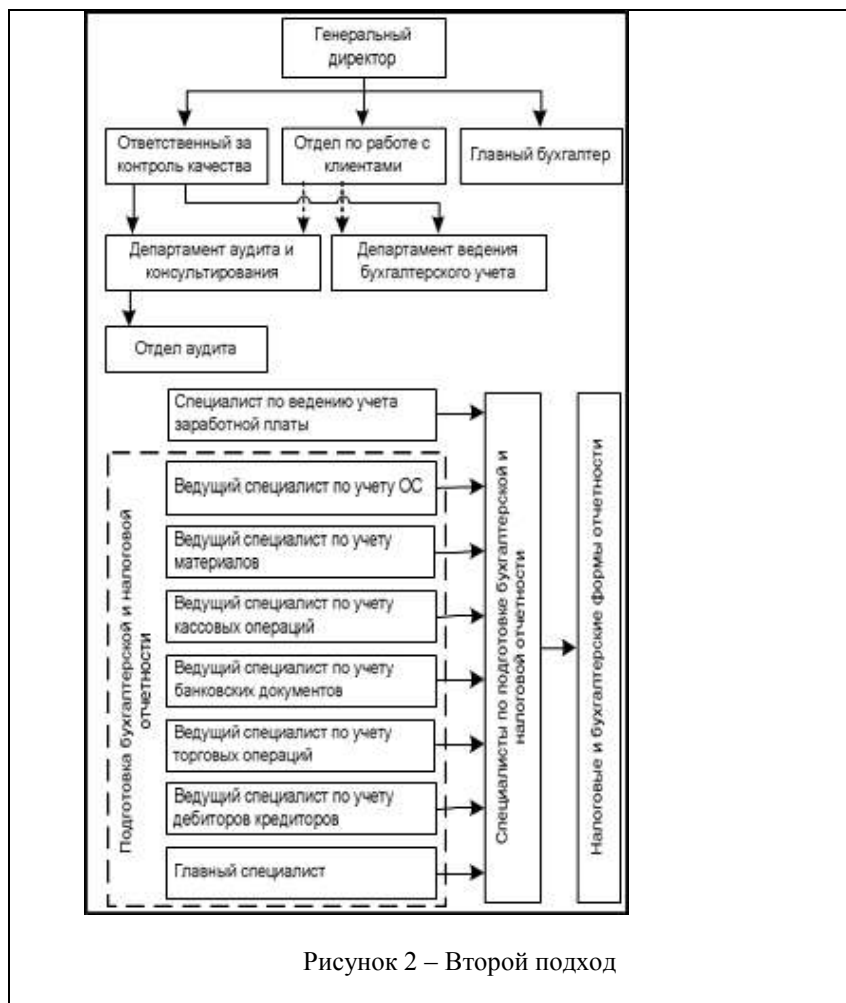


Рисунок 1 – Первый подход

Особенностью данного подхода является то, что ввод первичной документации осуществляется помощниками бухгалтеров по всем организациям, свод отчетности происходит бухгалтерами, а проверка осуществляется старшими бухгалтерами и аудиторами. Только после многократной проверки отчетность подлежит сдачи в налоговые органы.

Второй подход: учет осуществляется по участкам работы каждого бухгалтера, отвечающего за первичные документы и регистры определенного участка, затем происходит формирование общей отчетности по предприятиям (рисунок 2).

Особенностью данного подхода является то, что происходит разделение учета по специалистам аутсорсера, каждый из которых ведет учет одного участка (например, учет заработной платы или учет материалов, или учет кассовых операций, либо учет банковских документов). Причем учет осуществляется для нескольким заказчиков (10-15 заказчиков). В общем количество заказчиков зависит от возможностей специалиста аутсорсера (навыков, квалификации, производительности, программного обеспечения и др. факторов конкурентоспособности деятельности аутсорсера). Затем по каждому участку происходит сдача документов следующим специалистам аутсорсера для подготовки финансовой и налоговой отчетности по каждому заказчику.



Третий подход предполагает ответственность каждого бухгалтера за ведение бухгалтерского учета каждого клиента от начала до конца (рисунок 3).

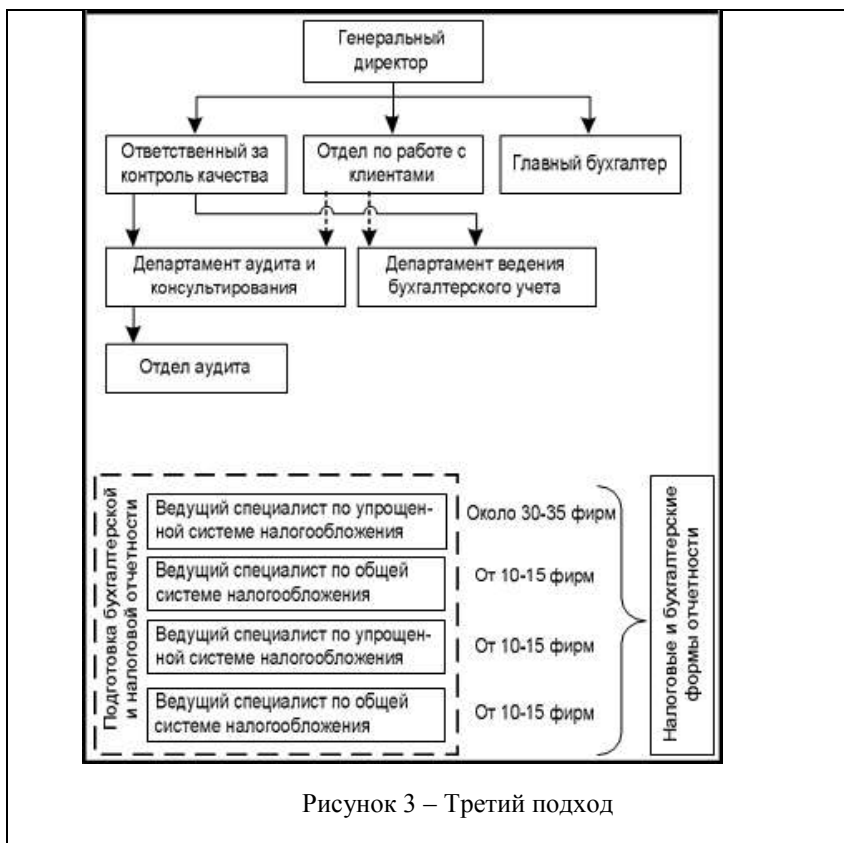


Рисунок 3 – Третий подход

Четвертый подход предполагает ответственность каждого бухгалтера за ведение бухгалтерского учета каждого клиента от начала до конца по определенным видам деятельности (рисунок 4).

Преимущества аутсорсинга бухгалтерского дела [3]:

— повышение эффективности у потребителя за счет возможности концентрации внимания руководства организации на основном бизнесе посредством поручения внешнему исполнителю выполнения функций учета

— возможность перераспределения ресурсов организации, ранее задействованных в осуществлении второстепенных функций, в т.ч. и направлений для организации ведения учета, и инвестирования высвобожденных ресурсов в поддержку основной деятельности организации;



Рисунок 4 – Четвертый подход

— уменьшение себестоимости функций, передаваемых аутсорсеру, за счет «оптовой» продажи его услуг, за счет специализация и эффекта масштаба;

— получение доступа к специалистам высокой квалификации и постоянно совершенствующимся информационным технологиям ведения учета, решениям более высокого уровня, которых нет у организации; использование готовых передовых технологий;

— передача юридической ответственности за выполнение функций учета и уменьшение рисков штрафных санкций за счет гарантии организацией – аутсорсером, ответственность которого застрахована;

— упрощение организационной структуры потребителя аутсорсинга; контроль качества налогового учета;

— повышение прибыльности бизнеса, поскольку аутсорсинг снижает издержки -обслуживания бизнес-процесса по ведению учета и повышает эффективности управления;

— стоимость услуг аутсорсера включаются в затраты потребителя аутсорсинговых услуг и учитывается при исчислении налогов у потребителя услуг.

Недостатки аутсорсинга бухгалтерского дела

— потеря контроля над собственными ресурсами, над частью дел, функций;

— риск расставания с партнером-аутсорсером;

— риск утечки информации, в том числе конфиденциальной; отсутствие проработанной законодательной базы;

— сложности с получением сведений о профессиональном уровне специалистов и т.д.;

— поставщик услуг (аутсорсер) может стать финансово нестабильным или обанкротиться;

— другая АКГ может приобрести фирму – поставщика услуг, отношение которой к соглашениям об аутсорсинге может быть отрицательным;

— качество услуг может снизиться до недопустимого вследствие внутренних проблем поставщика услуг и т.д.

Таким образом, аутсорсинг очень эффективный и экономичный способ ведения бухгалтерского учета и сдачи отчетности.

Список литературы

1. Каледжян С.О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний.М.: Дело. 2017. 272 с.

2. Михайлов Д.М. Аутсорсинг: Новая система организации бизнеса: Учеб. пособие / Михайлов Д.М. М.: КНОРУС, 2016. 256 с.

3. Филина Ф.Н. Аутсорсинг бизнес-процессов: проблемы и решения / Ф.Н. Филина.М.: ГроссМедиа. РОСБУХ. 2018. 208 с.

Рослякова О. А.

Научн. рук.: докт. экон. наук, доц. Поляков В.А.

Тулский филиал Финуниверситета

РАЗВИТИЕ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Таргетированная реклама в социальных сетях — рекламное объявление, которое показывается пользователям социальных сетей по определенным критериям.

Можно показывать объявление людям определённого возраста, пола, имеющим какие-то общие интересы (например, рисование) или обладающих телефоном с конкретной операционной системой.

Ключевые слова: таргетированная реклама, социальные сети, Instagram, ВКонтакте, Facebook.

Например, компании, занимающейся продажей аксессуаров для телефонов iPhone, следует показывать объявления только владельцам iPhone.

Термин «таргетированная реклама» используется не только в социальных сетях, а в любых других видах рекламы, где объявление нужно показать определённым людям. Например, таргетированной рекламой считается рассылка электронных писем по контактам людей, которые компания собрала с помощью анкет на мероприятии.

Пользователи социальных сетей таргетированную рекламу могут увидеть:

— В Instagram таргетированную рекламу пользователь увидит в сториз и в ленте новостей;

— Во «ВКонтакте» пользователь видит тизерную рекламу и в ленте новостей;

— В Facebook таргетированная реклама появится в ленте новостей и в правом столбце окна.

Охватив нужную целевую аудиторию, рекламу будут показывать только тем людям, которые могут быть заинтересованы в ней. Для этого при создании рекламного объявления можно задать нужные параметры потенциальных покупателей.

Можно настроить показ рекламы на людей с определённым именем или местом жительства и указать это в объявлении. Например: «Оля, хочешь научиться танцевать?», «Живёте возле метро Пионерская?».

Посчитать эффективность таргетированной рекламы просто. Основные метрики для оценки эффективности рекламы: количество и стоимость переходов в группу, аккаунт или на сайт, количество подписок на сообщество, количество взаимодействий (лайков, репостов, комментариев), количество и стоимость лидов (пользователей, обратившихся с запросом в результате рекламы), количество заказов и стоимость рекламы за один заказ.

Если цель рекламной кампании — продажа, при её анализе важно рассчитывать не стоимость клика или количество переходов, а стоимость затрат на рекламу при продаже одного товара. Рассмотрим два примера:

1. В первом случае на рекламную кампанию было потрачено 1 000 рублей, сделано 50 кликов и продано 10 товаров. Тогда стоимость клика будет 20 рублей (1000/50), а стоимость рекламы на продажу одного товара — 100 рублей (1000/10).

2. Второй пример. На рекламную кампанию было потрачено 1 000 рублей, сделано 100 кликов и продан 1 товар. Тогда стоимость клика будет 10 рублей (1000/100), а стоимость рекламы на продажу одного товара — 1 000 рублей (1000/1). Как мы видим, в первом случае при меньшем количестве кликов было в 10 раз больше заказов. Соответственно, эта реклама считается более успешной [1, 85].

Можно продавать без сайта и без раскрученного аккаунта. Достаточно запустить рекламное объявление с лид-формой — анкетой, в которую потенциальные покупатели могут внести свои контактные данные. В предыдущих статьях мы рассматривали, как запустить рекламу с лид-формой «ВКонтакте» и Instagram с Facebook.

Не все товары и услуги можно продавать. Каждая социальная сеть устанавливает свои правила. К запрещённым товарам относятся сигареты, алкоголь, оружие, товары для взрослых. С полным списком запрещённых или ограниченных к рекламе товаров и услуг можно ознакомиться здесь: Facebook и Instagram, «ВКонтакте».

Текст и изображение в рекламном объявлении должны соответствовать определённым нормам, которые устанавливает каждая социальная сеть. Например, во «ВКонтакте» не допускается писать слова заглавными буквами, если это не аббревиатура. В рекламном объявлении во всех социальных сетях не допускаются изображения обнажённых людей, алкогольной и табачной продукции. Использовать популярную музыку или фотографии знаменитых людей запрещено законом об авторском праве. С полным списком требований к изображениям и тексту объявления можно ознакомиться здесь: Facebook и Instagram, «ВКонтакте».

Если показывать одно и то же рекламное объявление одной аудитории, то на рекламу перестанут реагировать. Поэтому нужно постоянно придумывать что-то новое.

Таргетированная реклама в социальных сетях работает по принципу аукциона. Вы сами устанавливаете сумму, которую готовы потратить на рекламу. При запуске рекламного объявления важно регулярно отслеживать её эффективность и оптимизировать настройки, чтобы не сливать бюджет.

Таргетированная реклама — необходимая составляющая для

успешного продвижения бизнеса. Самый большой её плюс в том, что мы можем настроить показ рекламы на конкретных людей, а не показывать всем подряд. Это относится к таргетированной рекламе как во «ВКонтакте», так в Instagram и Facebook или любых других социальных сетях.

Список литературы

1. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы. Практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2018. 120 с.

Салимова Х.А., Бабаян Г.Д.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефедова С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

СПРАВЕДЛИВОСТЬ ИЗМЕНЕНИЯ ШКАЛЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2021 ГОДУ

Вопрос справедливости в налогообложении обсуждается достаточно давно и имеет довольно субъективный характер. По мнению Д.Г. Черника справедливость в налогообложении определяется экономической обоснованностью установления зависимости размера налоговых выплат от доходов на труд, капитал, ренту [2].

Также стоит учитывать, как основной фактор различия в определении справедливости, принадлежность того или иного лица к определенной социальной группе, например, собственник компании будет считать справедливым снижение размера выплачиваемых им налоговых отчислений (налог на имущество, налог на добавленную стоимость, налог на доходы физических лиц и так далее), а по мнению его сотрудника все налоговые выплаты вполне справедливы, однако для себя он приемлет только налог на доходы физических лиц.

Такого же мнения придерживается А. А. Соколов, утверждая, что справедливость есть общая форма, в которую каждый социальный класс вкладывает особое конкретное значение. Но тем не менее, не стоит забывать об интересах государство, поэтому если давать полное определение справедливости налогообложения стоит утверждать, что это сбалансированность интересов всех субъектов экономики и защищенность наиболее уязвимых участников, а также соответствие основным принципам: всеобщность, соразмерность, открытость, недискриминация [2].

2020 год ознаменовался публикацией большого количества нормативных актов, вносящих многочисленные изменения в налоговое законодательство Российской Федерации, большинство из которых вступили в силу с 1 января 2021 года.

Одним из изменений стала – прогрессивная шкала налогообложения. Согласно Федеральному закону от 23.11.2020 № 372-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации в части налогообложения доходов физических лиц, превышающих 5 миллионов рублей за налоговый период» налог на доходы физических лиц чей доход не превышает 5 миллионов рублей сохранится на уровне 13%, а для лиц чей доход составит более 5 миллионов рублей налоговая ставка увеличится до 15% [1].

В соответствии с инициативой президента Российской Федерации об вышеуказанном изменении, среди полуфиналистов конкурса «ЛидерыРоссииПолитика» был проведен опрос на тему прогрессивного налогообложения (рисунок 1).

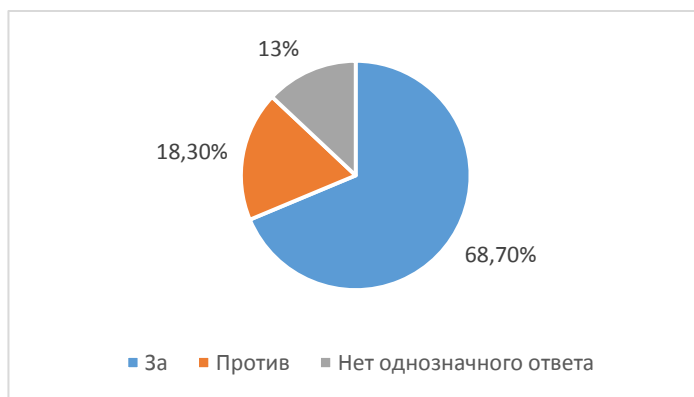


Рисунок 1- Результаты опроса об отношении к прогрессивному налогу [4]

Одной из причин почему 18,3% опрошенных были против этой инициативы стало опасение, что это может спровоцировать увеличение теневой экономики. Если вспомнить 2001 год, именно тогда была установлена единая налоговая ставка в 13% на налоги физических лиц, с целью снижения теневой экономики.

Тем не менее, большинство (68,7%) считают, что такая система наиболее справедлива, поскольку с больших доходов будет больше налоговых поступлений в федеральный бюджет РФ, которые правительство сможет использовать на дополнительные расходы, а за 2019-2020 гг. налоговые поступления значительно сократились (рисунок 2). Также прогрессивная шкала налогообложения должна привести к сокращению уровня разрыва между богатыми и бедными, что усилит социальную стабильность общества. Из предыдущего

достоинства выходит то, что самым более обеспеченным налогоплательщикам выгодна эта система, поскольку если в обществе будет более социально стабильная обстановка, будет укрепление органов правопорядка и будет оказываться помощь предпринимателям, то и безопасность собственности тех самых налогоплательщиков будет выше, а это не мало важный фактор, так как один из вариантов их дохода – собственность.



Рисунок 2- Налоговые поступления по уровням бюджета за 2019-2020 гг., млрд. руб. [3]

Вышеперечисленные доказательства справедливости прогрессивной системы налогообложения также подтверждаются трудами Адама Смита, где он писал, что налоговые обязательства налогоплательщика должны быть соразмерны его доходу.

Таким образом, справедливость – это основополагающий принцип налогообложения, который носит субъективный характер, но основывается на балансе интересов государства и налогоплательщиков. Можно полагать, что прогрессивная шкала налогообложения, введенная с 1 января 2021 года, является справедливой, так как выигрывает каждый субъект налогообложения, государство получает больший доход, более обеспеченные налогоплательщики получают стабильность и безопасность в отношении своей собственности, а менее обеспеченные налогоплательщики могут рассчитывать на дополнительную поддержку от государства.

Список литературы

1. О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации в части налогообложения доходов физических лиц, превышающих 5 миллионов рублей за налоговый период[Электронный ресурс]: федер.закон от 23.11.2020 N 372-ФЗ (последняя редакция)

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_368439/ (дата обращения: 07.04.2021).

2. Юлгушева Л. Ш. Анализ справедливости налогообложения доходов физических лиц в Российской Федерации // Lex Russica. 2021. №3 (172). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-spravedlivostinalogooblozheniya-dohodov-fizicheskikh-lits-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 07.04.2021).

3. Налоговая аналитика [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://analytic.nalog.ru/portal/index.ru-RU.htm> (дата обращения: 07.04.2021)

4. Опровержение популярных заблуждений относительно прогрессивной системы налогообложения [Электронный ресурс] Режим доступа: https://zakon.ru/blog/2020/05/21/opроверzhenie_populyarnyh_zabluzhdenij_otnositelno_progressivnoj_sistemy_nalogooblozheniya (дата обращения: 07.04.2021).

Самсонова А.В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тулский филиал Финуниверситета

АУДИТ ОБОРОТНЫХ АКТИВОВ

В настоящее время успешная работа организации зависит от правильно рассчитанного количества запаса и рационального использования оборотных активов. Но в то же время, учет оборотных активов является одним из наиболее сложных и объемных участков бухгалтерского учета и, следовательно, аудита.

Оборотные активы представляют собой имущество, которое предназначено для текущего использования в хозяйственной деятельности организации или находящиеся в обороте не более 1 года [1].

В соответствии с формой бухгалтерского баланса, выделяют оборотные активы: запасы, денежные средства и эквиваленты, финансовые вложения, дебиторская задолженность, НДС по приобретенным ценностям и прочие оборотные активы. Учет оборотных активов в Российской Федерации производится на основании ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов», ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации». Федеральный закон от 30.12.2008 №307-ФЗ «Об аудиторской деятельности», является основным нормативным актом, регулирующим аудит в Российской Федерации.

Цель аудиторской проверки учета оборотных активов состоит в подтверждении достоверности данных о наличии и движении товарно-материальных ценностей, денежных средств, финансовых вложений, дебиторской задолженности и установлении правильности оформления операций в соответствии с действующими нормативными актами Российской Федерации.

Аудиторские процедуры по проверке оборотных активов включают: участие в инвентаризации оборотных активов, проведение опроса, наблюдение за работой комиссии по инвентаризации, проверка правильности оформления материалов инвентаризации и отражения ее результатов в учете, формирование выводов, оценка аналитических коэффициентов (оборачиваемость, доля в оборотных активах, доля в активах и т.д.) оценка надежности систем внутреннего контроля путем составления опросного листа руководства и ответственных лиц; использование работ внутреннего аудитора и т.д [3].

Последовательность аудиторских процедур при проведении аудита оборотных активов разделена на три этапа: ознакомительный, основной и заключительный.

На этапе составления общего плана осуществляются следующие процедуры: детальная проверка систем внутреннего контроля; оценка факторов, которые могут вызвать существенные искажения информации.

Для начала нужно провести оценку системы внутреннего контроля, для этого удобно использовать вопросники. Вопросник включает в себя необходимое количество вопросов для понимания объема работ и выборочности проверки. Из полученных ответов на вопросы можно сделать предварительные выводы, оценить систему внутреннего контроля и выявить слабые места учета в организации [2].

Для проведения аудита также необходимо составить план и программу аудита. Аудиторской организации следует установить приемлемые для нее уровень существенности и аудиторский риск, позволяющие считать бухгалтерскую отчетность достоверной. Составляя общий план и программу аудита, аудиторской организации следует учитывать степень автоматизации обработки учетной информации, что также позволит аудиторской организации точнее определить объем и характер аудиторских процедур. Программа аудита оборотных активов, как правило, включает в себя 5 этапов, каждый из которых также подразделяется еще на несколько подпунктов.

Первый этап – аудит учета движения материально-производственных запасов на складах предприятия: аудит учета

операций по приобретению материальных ценностей, аудит аналитического учета движения материальных ценностей на складах предприятия, аудит учета использования материальных ценностей, списания недостач, потерь и хищений, аудит сводного учета материальных ценностей.

Второй этап – аудит учета НДС и дебиторской задолженности, который включает: проверку сопоставимости данных бухгалтерского учета налоговой отчетности и книги продаж, проверку правильности и своевременности регистрации счетов-фактур и заполнения налоговых регистров, проверку учета сумм налога, предъявленных налогоплательщику при приобретении товаров (работ, услуг), при осуществлении им деятельности облагаемой и не облагаемой налогом, экспертизу договоров с подрядчиками, покупателями и заказчиками, проверку достоверности (полноты и точности) фактов оприходования ТМЦ, принятия к учету работ, услуг, проверку оперативности регистрации фактов поступления сырья и материалов, оказания услуг, проверку реальности дебиторской задолженности, проверку правильности списания дебиторской задолженности, безнадежной к взысканию.

Третий этап – аудит финансовых вложений, на котором необходимо проверить, в уставные капиталы каких организаций и с какой целью производились финансовые вложения, проверить в какой форме производились финансовые вложения, как производится оценка стоимости финансовых вложений, вносимых в денежной форме, а так же этот этап включает: проверку расчетов по доходам, проверку отражения в отчетности финансовых вложений в совместную деятельность.

Четвертый этап – аудит наличия, сохранности денежных средств и денежных документов, который подразумевает проверку сохранности денежных средств и денежных документов, проверку правильности оформления кассовых документов, проверку правильности корреспонденции счетов, соответствие данным Главной книги, аудит показателей бухгалтерского учета и бухгалтерской (финансовой) отчетности, проверку бухгалтерского баланса (форма №1).

И последний заключительный пятый этап – аудит оборотных активов и их отражения в бухгалтерской (финансовой) отчетности, на котором осуществляется проверка правильности отражения статей оборотных активов в бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Проведя необходимые процедуры проверки оборотных активов, аудитор должен убедиться в том, что вся необходимая существенная

информация об активах раскрыта в финансовой (бухгалтерской) отчетности и проверяемых документах.

Ошибки могут вводить в заблуждение пользователей отчетности, влиять на результаты показателей ликвидности, оборачиваемости, платежеспособности предприятия. После проведения аудита оборотных активов, аудитор выявляет ошибки, определяет общую сумму нарушений и их существенность, формирует аудиторское заключение.

Оборотные активы относятся к общей совокупности активов коммерческой организации, то есть представляют часть его имущества. Эффективное управление оборотными активами является залогом бесперебойной работы организации. При этом их недостаток может привести к остановке производства продукции или невозможности погасить организации свои текущие обязательства [5].

Ответственность аудитора заключается в выражении мнения о достоверности бухгалтерской отчетности на основе проведенного аудита. Аудит проводится в соответствии с федеральными стандартами аудиторской деятельности и Международными стандартами аудита. Таким образом, полученные в ходе аудита аудиторские доказательства должны давать достаточные основания для выражения мнения о достоверности бухгалтерской отчетности организации.

Список литературы

1. Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 26.07.19)
2. Федеральный закон "Об аудиторской деятельности" от 30.12.2008 N 307-ФЗ (ред. от 26.11.19)
3. Федеральный закон "О консолидированной финансовой отчетности" от 27.07.2010 N 208-ФЗ (ред. от 07.04.20)
4. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н (ред. от 08.11.2010) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" (ПБУ 4/99)
5. Приказ Минфина России от 06.10.2008 N 106н (ред. от 07.02.20) "Об утверждении положений по бухгалтерскому учету"
6. Приказ Минфина России от 09.06.2001 N 44н (ред. от 16.05.2016) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет материально-производственных запасов" ПБУ 5/01" (Зарегистрировано в Минюсте России 19.07.2001 N 2806)
7. Приказ Минфина России от 02.07.2010 N 66н (ред. от 19.04.2019) "О формах бухгалтерской отчетности организаций" (Зарегистрировано в Минюсте России 02.08.2010 N 18023)

Сандли М.Х.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Широкова О.В.,

канд. экон. наук, доц. Самойлова Т.Д.

Липецкий филиал Финуниверситета

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Актуальность исследуемой темы связана с тем, что современная экономика и управленческая деятельность предприятий России находятся в непрерывном развитии, постоянно появляются новые аспекты, которые призваны устранить имеющиеся проблемы (диспропорции в экономическом развитии, сырьевая направленность, высокая инфляция и другое)[1, с. 233].

Основным аспектом развития экономики России сегодня выступает ее цифровизация. В современных условиях экономические процессы начинают ориентироваться на такие изменения, как развитие «умных» городов, системы государственного управления и расширение применения в ней информационных технологий. В последние годы позиции IT-компаний постоянно укрепляются. Тогда как значение добывающего сектора экономики из года в год уменьшается. Это во многом обусловлено тенденциями более активного использования электромобилей, уменьшением общей потребности населения перемещаться, изменением налоговой политики в отношении компаний энергетической сферы деятельности, ужесточением требований к охране окружающей среды.

Отдельной проблемой экономики России выступает слабая диверсификация ее экономики. Вместе с тем, в настоящее время идут процессы, направленные на решение этой проблемы, активно развиваются следующие секторы экономики – информационные технологии, недвижимость, финансовый сектор [2, с. 122].

Сегодня интенсивно увеличиваются доходы компаний, осуществляющих свою деятельность в сфере информационных технологий. В будущем периоде рост доходов таких компаний продолжится. Данная тенденция ведет к тому, что крупные цифровые компании успешно реализуют кроссиндустриальные инвестиционные проекты, когда бизнес развивается в новых сферах – например, в медицинской сфере. Такое положение вещей способствует нарастанию конкурентной борьбы по причине развития новых бизнес-сфер крупными компаниями, это ведет к монополизации классических рынков крупными цифровыми организациями.

Как отмечалось, в настоящее время обороты набирает деятельность компаний, функционирующих в сфере недвижимости. В связи с влиянием пандемии коронавируса многие люди перешли на

удаленную работу. Это обуславливает отсутствие необходимости иметь офисную недвижимость и совершать за нее соответствующие платежи. В связи с этим спрос на такую недвижимость сокращается, снижаются объемы строительства и суммы арендных платежей.

Также аспектом современной российской экономики является то, что наблюдается снижение таких макроэкономических показателей, как уровень госсобственности и доля расходов в ВВП, зависимость экономики от государства продолжает расти. Из ресурсов государства покрываются нужды, которые станут невозможно удовлетворить за частный счет: социальные выплаты, поддержка стратегических отраслей, например, авиаиндустрия и здравоохранение [3, с. 777].

В управлении российскими предприятиями также можно выделить ряд аспектов.

1. Внедрение нематериальной мотивации для повышения уровня производительности труда рабочего персонала.

2. Увеличение ценности работы и ужесточение тайм-менеджмента.

3. Заметной тенденцией в области HR становится интеллектуализация труда. Интеллектуализация труда в самом общем смысле - это увеличение доли умственного труда в общественном производстве. Процесс интеллектуализации труда реализуется в нескольких направлениях. Во-первых, под влиянием требований экономики изменяются сущность и принципы образования, происходит дальнейший рост и выравнивание образовательного уровня по отраслям и профессиям. Во-вторых, решающее стратегическое значение приобретает воспитание личности, направленное на развитие инициативности, творческого мышления на всех стадиях общеобразовательной и профессиональной подготовки [4, с. 209].

4. Сегодня появляются обучающиеся компании, деятельность которых нацелена на развитие персонала, с учетом данной деятельности происходит наращивание опыта в сфере обучения персонала. Для обучающихся компаний характерны следующие признаки: нацеленность на решение текущих вопросов и проблем. То есть такие компании не имеют конечной целью рост эффективности своей работы. Деятельность таких компаний направлена на приобретение человеческими ресурсами новых знаний и профессиональных навыков, постоянное самообучение компании и наращивание ее интеллектуальных ресурсов, важнейшим элементом которого выступают трудовые ресурсы. Деятельность самообучающихся компаний дает возможность персоналу участвовать

в развивающихся экспериментах, совершенствоваться, грамотно использовать приобретенные навыки. Постоянное развитие и совершенствование трудового потенциала компании повышает ее конкурентоспособность и качество всех процессов.

5. В последнее время наблюдается увеличение значимости профессионального управления в компаниях. В это понятие входит переподготовка и повышение квалификации работников управления, использование последних научных достижений при обучении кадров, передача современных практических наработок в обучаемой области персоналу компаний. Также сегодня идет процесс преобразования конкуренции между продуктами в конкуренцию между компаниями и действующих концепций управления, реализуемых стратегий, систем мотивации, коммуникационной политики, системы контроля и технологий управления.

6. Большое значение приобретает корпоративная культура и ее воздействие на работу предприятий. Она оказывает большое влияние на поведение персонала в компании, способствует росту ее конкурентоспособности, вносит вклад в увеличение эффективности функционирования компании, определяет перспективы развития предпринимательской деятельности. В настоящее время идет формирование корпоративной культуры, которая характеризуется доверием персоналу, которая имеет следующие ценности: профессионализм руководящих работников, уважение личности работника, командная работа, развитие партнерских отношений. Данная корпоративная культура способствует росту удовлетворенности трудовыми действиями работников предприятия, повышает лояльность персонала к компании, вовлекает работников в трудовую деятельность.

7. Ориентированность управленческих процессов на внедрение инноваций. То есть управление постоянно изменяется, обновляется, совершенствуется, внедряются новые методы и технологии управления. Совершенствование технологий управления становится стратегическим ресурсом компании. В долгосрочной перспективе наиболее экономически устойчивой будет та компания, которая постоянно внедряет управленческие инновации.

8. К менеджерам предприятий в настоящее время предъявляются повышенные требования, которые соответствуют последним научным достижениям и способствуют повышению интенсивности производственно-сбытовых процессов в компаниях. Среди таких требований можно назвать следующие: наличие способностей к управлению различными ресурсами, умение осуществлять плановые и

прогнозные расчеты; эффективно использовать коммуникационные инструменты, наличие навыков принятия эффективных управленческих решений в условиях неопределенности и динамичности окружающей среды, наличие знаний об опыте управления в разных компаниях, наличие навыков, применение которых ведет компанию к повышению эффективности ее деятельности.

Таким образом, на сегодняшний день наблюдаются весомые тенденции в экономике и в управлении, которые связаны не только с научно-технической революцией и внедрением инноваций, но и со сменой приоритетов – в экономике на первый план выходят процессы цифровизации, а в управлении – направленность на повышение профессионализма и мотивированности управляющих работников, на интеллектуализацию труда.

Список литературы

1. Васильев В. П., Холоденко Ю. А. Экономика. Учебник и практикум.- М.: Юрайт. 2020. - 298 с.
2. Горелов Н. А., Кораблева О. Н. Развитие информационного общества: цифровая экономика. Учебное пособие для вузов. - М.: Юрайт. 2019. - 242 с.
3. Жангирова Р.Н. Актуальные вопросы и перспективные направления устойчивого развития экономики // Актуальные вопросы современной экономики. - 2020. - №5. - С. 776-781.
4. Ивашковский С. Н. Экономика для менеджеров. Микро- и макроуровень. Учебное пособие. - М.: Дело. - 2019. - 408 с.

Саталкина А. В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тульский филиал Финуниверситета

ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ И ПУТИ РЕШЕНИЯ В СООТВЕТСТВИИ С МСФО

В настоящее время проблема учета основных средств является весьма актуальной. Большую долю экономики как в России, так и за рубежом составляют фондоемкие производства. Именно на таких предприятиях важнейшей составляющей являются основные средства. От качества, технических характеристик и эффективности использования в процессе производства зависит здоровье, долголетие предприятия, то есть его прибыльность. Таким образом, важнейшей задачей на производстве является наблюдение, анализ и контроль основных средств, их учет и аудит.

На сегодняшний момент крупные российские предприятия

осуществляют переход к составлению отчетности по международным стандартам. В связи с глобализацией процесс перехода от отечественного законодательства в области бухгалтерии к международному будет распространяться на остальные предприятия. Международные стандарты финансовой отчетности отвечают на многие спорные вопросы отечественного законодательства, дополняют и поясняют некоторые моменты: разделяют бухгалтерское и экономическое понятие основных средств; определяют понятие «экономическая выгода», уточняют признание и классификацию, определение стоимости основных средств; разделяют понятие износ и амортизация.

Целью работы является определение спорных вопросов отечественного законодательства в области бухгалтерского учета и аудита основных средств и нахождение соответствующих ответов в Международных стандартах финансовой отчетности.

В настоящее время в РФ учет основных средств регулируется Федеральным законом от 06.12.2011 № 402-ФЗ, Положением по бухгалтерскому учету 6/01, Приказом Минфина РФ от 13.10.2003 N 91н "Об утверждении Методических указаний по бухгалтерскому учету основных средств", Международным стандартом финансовой отчетности (IAS) 16 "Основные средства". С первого января 2022 года вместо ПБУ 6/01 обязательны к применению два ФСБУ: 6/2020 «Основные средства» и 26/2020 «Капитальные вложения». Данные ФСБУ можно применять до 2022 года, обозначив такое решение в учетной политике предприятия.

Одной из первых проблем, с которой сталкиваются специалисты в области учета основных средств, является их определение. Понятие «Основные средства» имеет разносторонний, многогранный характер. У данного термина есть большое количество синонимичных, которые могут ввести в заблуждение. Например, «основной капитал», «основные производственные фонды», «производственный потенциал». Отождествление бухгалтерских и экономических понятий порождают многочисленные вопросы по поводу понимания сущности и порядка расчета различных показателей.

Основная проблема при учете основных средств в России - признание и классификация, определение стоимости и амортизационных отчислений. Хотя в ПБУ 6/01 четко прописано, какой объект может выступать в качестве основного средства. Для этого необходимо соблюдать следующие условия:

- Использовать данный объект непосредственно в производстве продукции;

- Применять объект в течение продолжительного времени, а именно более 12 месяцев;
- Перепродажа не предполагается;
- Объект необходим для того, чтобы в будущем приносить выгоду (доход). [1]

Несмотря на это, при учете основных средств возникает множество спорных моментов:

- отсутствует определение понятия «экономическая выгода», что приводит к недоразумениям и усложняет бухгалтерский учет основных средств;
- не урегулирован вопрос с последовательностью признания основных средств: на каком этапе объекты должны признаваться активами, на каком основными средствами;
- термин «необоротные активы» является спорным, потому что необоротные активы на различных этапах производственного процесса оборачиваются, только, в отличие от оборотных активов, период оборота дольше, чем операционный цикл предприятия.

Эти моменты в соответствии с МСФО решаются следующим образом: бухгалтер сам на основании профессионального суждения относит отдельные виды имущества к основным средствам с учетом обстоятельств и особенностей условий эксплуатации объекта. В ISA 16 также есть возможность объединить различные незначительные активы в один объект основных средств. Амортизация начинается с момента использования по назначению. Для признания объектов основными средствами необходимо соответствовать следующим условиям:

- существует вероятность того, что предприятие получит связанные с данным объектом будущие экономические выгоды;
- себестоимость данного объекта может быть надежно оценена.

[2]

В целом, большинство спорных моментов учета основных средств по РСБУ решаются в системе МСФО индивидуально, конкретной организацией на основании экспертного суждения. Компания сама принимает решение исходя из своих особенностей. [4]

Также в российской практике нет разделения таких понятий как износ и амортизация, хотя в экономическом смысле эти понятие кардинально различаются. Важно различать эти понятия для достоверной и полной оценки финансового состояния предприятия.

«Износ – процесс потери объектом своей потребительной стоимости». [2] При эксплуатации основные средства физически и морально изнашиваются, теряют свои свойства. «Амортизация -

регулярное распределение стоимости объекта основных средств, которые подлежат амортизации в течение срока полезного использования». [2] При этом амортизация списывается регулярно на протяжении срока службы объекта, амортизационные отчисления признаются расходами, способ амортизации выбирается самостоятельно и может меняться со временем.

Помимо вышеизложенных проблем и неточностей, аудит по МСФО имеет качественное преимущество благодаря тому, что в нем есть анализ эффективности использования основных средств. Определяются различные показатели, такие как фондоемкость, фондоотдача. Рассчитываются коэффициенты: обновления, износа, годности. [3] Анализ и многочисленные расчеты помогают избежать неточности, ошибки в аудите, а руководителю предприятия, инвесторам, финансовым организациям на основе объективных результатов сделать свои выводы.

Таким образом, учет и аудит основных средств является сложным и ответственным процессом, оказывающим влияние на функционирование всего предприятия. Российские нормативные акты в этой сфере часто не способствуют облегчению этого процесса. Неточность в определениях различных понятий, отсутствие конкретизации тех или иных ситуаций учета и аудита приводят к многочисленным спорам и ошибкам. Грамотный переход на МСФО поможет справиться с этими трудностями и повысит привлекательность для инвесторов.

Список литературы

1. Положение по бухгалтерскому учету (ПБУ 6/01) «Учет основных средств» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_31472/71350ef35fca8434a702b24b27e57b60e1162f1e/ (Дата обращения: 28.04.2021)

2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 16 «Основные средства» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.minfin.ru/common/upload/library/2017/01/main/MSFO_IAS_16.pdf (Дата обращения: 28.04.2021)

3. Трофимова Л. Б. Международные стандарты финансовой отчетности: учебник и практикум для бакалавриата, специалитета и магистратуры / Л. Б. Трофимова. — 5-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 242 с.

4. Семенова О. Ю. Актуальные проблемы учета основных средств [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38180354> (дата обращения: 28.04.2021)

Саталкина А.В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Шелобаева И.С.

Тулский филиал Финуниверситета

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО ДЕЛА НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯ

Особенности бухгалтерского учета на малых предприятиях связаны с возможностью применения данными субъектами упрощенных алгоритмов учета и отчетности. Упрощенный БУ — это система формирования документированной систематизированной информации об учетных объектах, освобожденная от отдельных элементов общепринятого бухучета.

О возможности применения малыми предприятиями упрощенного бухучета говорит основной регламентный документ — закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ (п. 4 ст. 6) [1].

Упрощенные способы ведения бухгалтерского учета, включая упрощенную бухгалтерскую (финансовую) отчетность, вправе применять, если иное не установлено настоящей статьей, следующие экономические субъекты:

- субъекты малого предпринимательства;
- некоммерческие организации;
- организации, получившие статус участников проекта по осуществлению исследований, разработок и коммерциализации их результатов в соответствии с Федеральным законом от 28 сентября 2010 года N 244-ФЗ "Об инновационном центре "Сколково".

Рассмотрим критерии малого предприятия на 2021 год. Субъекты малого и среднего предпринимательства (СМП) – это организации и ИП, которые в соответствии с определенными условиями относятся к малым и средним предприятиям и сведения о которых указываются в едином реестре таких субъектов (п. 1 ст. 3 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ) [2].

Критерии малых предприятий в 2021 году установлены ст. 4 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ. Категория СМП определяется в соответствии с наибольшим по значению условием (ч. 3 ст. 4 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ). Если, к примеру, по численности ООО, соответствующее юридическому критерию, может считаться микропредприятием, но выручка у него за прошлый год находится в диапазоне свыше 800 млн. рублей до 2 млрд. рублей включительно, такое ООО будет считаться средним предприятием.

Благоприятные стороны бухгалтерского учета малого предприятия [3]:

- в общем случае можно вести упрощенный бухучет и составлять упрощенную бухгалтерскую отчетность;

- можно не утверждать лимит остатка кассы (п. 2 Указания ЦБР от 11.03.2014 № 3210-У).

- на многих малых предприятиях в 2021 году нельзя проводить плановые проверки (но речь не идет о проверках органами ФНС или ФСС) (Постановление Правительства РФ от 30.11.2020 N 1969).

У СМП есть право отказаться от следующих норм общепринятого бухучета:

- определять доходы и расходы только кассовым методом;

- применять упрощенную систему учетных регистров;

- отказаться от ведения счетов 09 и 77, предназначенных для учета отложенных налоговых активов и обязательств (не вести учет постоянных и временных разниц);

- применять один синтетический счет вместо группы счетов (например, счет 20 «Основное производство» вместо счетов 23, 25 и 26);

- не формировать резервы;

- не применять отдельные ПБУ (к примеру, для строительных СМП — ПБУ 2/2008 «Учет договоров строительного подряда», утвержденное приказом Минфина России от 24.10.2008 № 116н);

- не переоценивать ОС и НМА, не отражать обесценение НМА и финвложений в бухучете;

- признавать коммерческие и управленческие расходы в себестоимости продукции (товаров, работ, услуг) полностью в отчетном году их признания в качестве расходов по обычным видам деятельности;

- все расходы по займам признавать прочими (без включения в стоимость инвестиционного актива).

Помимо учетных послаблений СМП вправе облегчить свои затраты и при формировании отчетности:

- сократить объем отчетов, заполняя только баланс и отчет о финансовых результатах;

- отказаться от детализации показателей по статьям, обобщая их по группам;

- раскрывать информацию в меньшем объеме, не сообщая о связанных сторонах, о прекращаемой деятельности и др.;

- исправлять существенные ошибки в периоде их обнаружения, не применяя ретроспекции.

На сайте Минфина размещены Типовые рекомендации по организации бухгалтерского учета для СМП, утвержденные приказом

Минфина России от 21.12.1998 № 64н. Исходя из этих рекомендаций, СМП:

- не сможет обойтись без оформления учетной политики;
- должен организовать сплошное документирование всех хозяйственных операций;
- может выбрать из трех предлагаемых систем учетных регистров (единой журнально-ордерной, утвержденной письмом Минфина от 08.03.1960 № 63, журнально-ордерной для малых компаний, утвержденной письмом Минфина от 06.06.1960 № 176, или сокращенной формы бухучета).

Организовать упрощенный бухгалтерский учет коммерсант вправе одним из трех предложенных способов:

- организовать бухучет в полном объеме (общепринятая учетная система);
- вести учет в комбинированном регистре бухучета — книге (журнале) учета фактов хозяйственной деятельности (простая форма учета);
- построить учетную систему с использованием регистров учета имущества СМП.

Особенности бухгалтерского учета на малых предприятиях заключаются в возможности выбора между традиционным ведением учета (в полном объеме) и упрощенными способами бухучета и другими послаблениями. Чтобы воспользоваться такой возможностью выбора, необходимо соответствовать специальным критериям, дающим ему возможность получить статус СМП.

Список литературы

1. Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 N 402-ФЗ (последняя редакция) <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 05.02.2021).

2. Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ (последняя редакция) <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 05.02.2021).

3. Бухгалтерский учет на предприятиях малого бизнеса : учеб. пособие для академического бакалавриата / под ред. Н. А. Продановой. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 275 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль. <https://elibrary.ru/> (дата обращения: 05.02.2021).

4. Никитина Н. Н., Тимербулатова Р. И. Учет на предприятиях малого бизнеса// Моя профессиональная карьера. 2019 №5 с. 115-118 <https://elibrary.ru/> (дата обращения: 05.02.2021).

Сафронова К.А.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ПРОБЛЕМЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Одним из главных условий успешного развития российской экономики являются, по возможности, быстро реализуемые инновации. На нынешнем этапе в нашей стране для развития этого процесса особенно важны коммерческие знания и умения по коммерциализации, то есть ноухау, и предпринимательские способности. Даже финансовое обеспечение нередко выступает как вспомогательный фактор. Пока масштабы инновационной активности невелики, а успех инновационных фирм нельзя считать частым явлением. Многие авторы сходятся на мысли, что главная причина тому - нестыковка интересов в представлениях авторов идеи и коммерсантов, основных потребителей этих технологий. Коммерциализация, по определению представляет собой процесс превращения объекта собственности в прибыль средствами торговли, также коммерциализацию определили как получение дохода от ее продажи или использования в собственном производстве. [1, 34-46]

На первом этапе, если предприятие ведет разработку нескольких инновационных продуктов, происходит оценка и отбор тех, которые наиболее выгодны для выведения на рынок. Оценка осуществляется в виде проведения экспертизы по определенным критериям: потенциал инновационного продукта, востребованность данного продукта в обществе, востребованность продукта у потенциального покупателя (в определенном сегменте рынка), потенциальную экономическую эффективность от реализации продукции (чистая текущая стоимость, внутренняя норма рентабельности, срок окупаемости ит.д.).

Второй этап процесса коммерциализации заключается в формировании необходимых финансовых средств. Поскольку единицы инновационных предприятий имеют достаточный объем средств для самостоятельного финансирования разработок, то основной задачей предприятия на этом этапе является привлечение инвестора.

На третьем этапе происходит закрепление прав на созданную инновацию с их распределением между всеми участниками процесса.

Наконец, четвертый и последний этап коммерциализации предполагает организацию производства инновации либо ее внедрение в производственный процесс с дальнейшей ее доработкой при необходимости. Разработчики технологий не понимают рынка. Рыночники не понимают разработчиков. Обе стороны никак не могут

друг друга услышать, они как будто говорят на разных языках. [4]

Многое объясняет ситуация в российской науке. Произошли децентрализация управления и изменения схем финансирования научных исследований. При этом на протяжении последних лет российская наука финансируется на уровне нескольких процентов от требуемого объема средств. Частные же инвесторы готовы вкладывать средства в научные изыскания только в расчете на будущую прибыль.[7] Это осуществляется путем закрепления прав инвесторов на результаты научных исследований и использования их в дальнейшем для производства новых товаров или для последующей перепродажи. Коммерциализация предполагает поиск, экспертизу и отбор разработок для финансирования, привлечения инвестиций, распределение и юридическое закрепление прав на будущую интеллектуальную собственность между всеми участвующими в процессе сторонами, управление научным процессом, внедрение результатов в производство, дальнейшую модификацию и сопровождение интеллектуального продукта. В России же до сих пор наблюдается оторванность науки от бизнеса. В большинстве случаев процесс коммерциализации начинается в результате счастливой встречи ученого или инженера - носителя некоторой передовой идеи - и предпринимателя, способного идею оценить и поддержать в финансовом плане. Но такие встречи случаются редко. Ученые часто воспринимают коммерциализацию своих идей прежде всего как проблему поиска финансовых средств для продолжения исследований и слишком поверхностно относятся к вопросам оценки окупаемости своих разработок и необходимости учета интересов инвесторов. Все эти обстоятельства, безусловно, осложняют поиск перспективных для коммерческого использования технологий в России.[2] Рассмотрим основных действующих лиц этого рынка. Авторы технологических разработок делятся на несколько разнородных групп. В начале 90-х годов ученые, научные коллективы и целые направления столкнулись с проблемой финансирования и выживания в новых условиях.

В таблице показана связь между разработчиком и покупателями инноваций, приведены только одни из самых важных участников. Можно выделить еще одного участника процесса коммерциализации инновационных продуктов, который выступает посредником между разработчиками и покупателями инноваций — это центры трансферта и коммерциализации инноваций, консалтинговые компании, инновационные центры и бизнес-инкубаторы, оказывающие разнообразные брокерские, консультационные или юридические

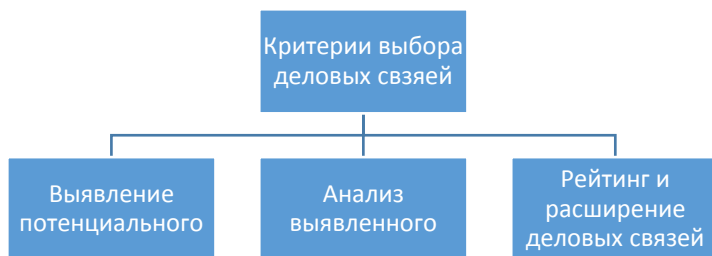
услуги, включая защиту и продвижение на рынок интеллектуальной собственности разработчиков.[5, 12-15]

Таблица - Классификация деловых связей в процессе коммерциализации инноваций

| Виды деловых связей | Функции | Участники | По характеру постоянства | Внутренние или внешние | По важности в процессе коммерциализации инноваций |
|--|---|----------------------------|--------------------------|------------------------|---|
| Между разработчиками и государственные фонды и программы | Обеспечение разработчиков финансовыми, информационными и другими ресурсами, а также оказание помощи при коммерциализации разработок | Государственные фонды | Постоянные | Внешние | Важные |
| Между разработчиками и негосударственные фонды и программы | Обеспечение финансовыми и информационными ресурсами, а также оказание помощи при коммерциализации разработок | Негосударственные фонды | Постоянные | Внешние | Важные |
| Между разработчиками и венчурные фонды | Финансовая помощь | Венчурные фонды | Постоянные | Внешние | Важные |
| Между разработчиками и крупные и средние компании | Полностью финансируют создание и продвижение инноваций | Крупные и средние компании | Постоянные | Внешние | Важные |
| Между разработчиками и рекламными агентствами | Обеспечивают рекламой новый товар | Рекламные агентства | Постоянные | Внешние | Важные |

Важность выбора деловых связей объясняется не только функционированием на современном рынке большого количества, покупателей одинаковых товаров. Но и тем, что он должен быть, прежде всего, надежным партнером торговой организации. Выбор производится по следующей схеме:

Рисунок – схема выбора деловых связей



Как видно из приведенной схемы, завершающим этапом для принятия решения о выборе деловых связей является определение их рейтинга и ранжирование. Однако этот процесс является неоднозначным и носит творческий характер. Исходя из вышесказанного, становится ясно, что для современных российских вузов, желающих придерживаться инновационного пути развития, активизировать процессы внедрения инноваций, поддерживать молодых ученых и специалистов, а также открывать новые возможности своей деятельности, в том числе и приносящих прибыль, необходимо выработать определенную программу для развития инновационной деятельности и инновационных процессов внутри высшего учебного заведения.

Список литературы

1. Зинов В.Г. Интеллектуальные ресурсы. Интеллектуальная собственность. Интеллектуальный капитал – М.: АНХ, 2018
2. Казанцев А.К., Миндэли Л.Э. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика: Учебник – М.: Экономика, 2019
3. Киселев А.В. Высшее образование в контексте инновационной научно-технической парадигмы. // Высшее образование в России, 2018, №4

4. Статья Дьяченко О.Г., Карева С.А. Пути и проблемы коммерциализации вузовских технологий, 2019

5. Материалы официального сайта Министерства науки и образования РФ <http://mon.gov.ru/>

6. Морозов Ф.А. Методы формирования моделей и механизма коммерциализации инноваций – Санкт-Петербург, 2019

7. Комков Н.И., Бондарева Н.Н. Проблемы коммерциализации научных исследований и направления их решения. // Проблемы прогнозирования, 2017, No3

Сафронова К.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Фомичева И.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ФЕНОМЕН «ЭЙДЖИЗМ» И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ

Почти во всём мире демографические тенденции изменяют возрастную структуру рабочей силы. Многие издания прогнозируют рост числа работников категории «старше 60 лет и выше». Россия в этом плане не является исключением, что подтверждается данными Росстат, представленными на рисунке.

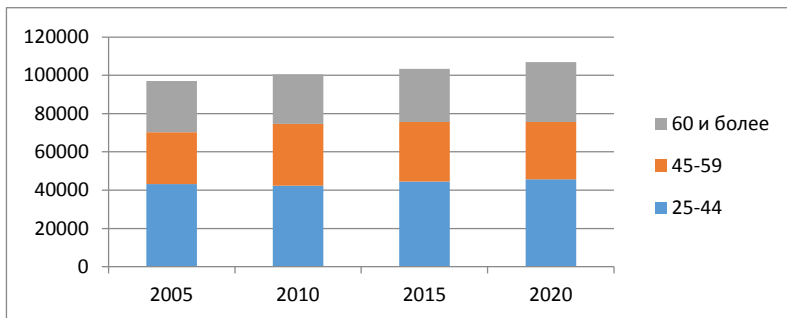


Рисунок – Динамика структуры занятого населения РФ

По данным рисунка, на которой изображена возрастная структура работоспособного населения Российской Федерации мы можем увидеть, что до настоящего времени число работников старше 60 лет увеличивается с каждой пятилеткой. Росстат прогнозирует нам и то, что к 2030 году доля работников старше трудоспособного возраста увеличится с 25% до 28%. Также повысится и число работников пенсионного возраста. Все это происходит не только из-за изменений в демографической структуре, но и из-за роста экономической активности пожилых людей, на это, в определенной степени, повлияла

не так давно проведенная пенсионная реформа. Министр труда, Максим Топилин заявил, что после проведения данной реформы доля занятых людей старше трудоспособного возраста увеличилась с 8,5 до 9,6%, сейчас их 7,3 миллионов. Поэтому в России с 2019 года реализуется профессиональное обучение людей предпенсионного возраста из числа работников организаций и тех, кто обратился в органы службы занятости в поисках работы. [1] Вышеуказанные тенденции усилили проблему дискриминации (в частности на рынке труда) по возрастному признаку, то есть так называемый «эйджизм».[3] Необходимость совершенствования методов борьбы с таким явлением увеличивает актуальность изучения его характера и причины возникновения. Данная дискриминация бывает двусторонней, как для пожилых людей, так и для молодежи, но в данной статье мы рассматриваем дискриминацию в сторону населения преклонного возраста.

Изменения, описанные выше, вызваны не только демографическими факторами и дефицитом «молодого пролетариата». Автоматизация производства, повышение доли интеллектуального труда, рост сферы услуг и прочие тенденции постиндустриального общества, наблюдающиеся в современной экономике, увеличивают продолжительность трудовой жизни людей. Этому также способствует повышение величины человеческого капитала возрастных работников: улучшение здоровья, повышение уровня образования, рост уровня соказания социальных услуг и прочее.[4] Так, например, доля людей, имеющих высшее образование, среди лиц старше 55 лет в 2012 г. составляла 22%, тогда как в 1994 г. – всего 10%, а доля людей, оценивающих свое состояние здоровья как плохое, с 1994 г. по 2012 г. сократилась с 40% до 30%. Мы не можем сказать, что с годами трудовая активность пожилых людей растет. И из-за этого работодатель может увольнять работников данной возрастной категории. Конечно, люди не виноваты, что в силу физических особенностей их производительность труда снижается, однако от этого работодателю легче не становится. Существует множество аспектов трудовой деятельности, в которых может проявиться гендерная или возрастная дискриминация: условия труда, продвижение по карьерной лестнице, принятие решения при найме и т.д., но наиболее явный из них – изменение уровня заработной платы, что мы отчетливо видим по данным таблицы.[1]

Таблица – Динамика заработных плат в РФ

| Год | От 55 до 59 лет | | От 60 до 64 лет | | От 65 и старше | | Средняя заработная плата в экономике в целом | |
|--|-----------------|-------|-----------------|-------|----------------|-------|--|-------|
| | Муж. | Жен. | Муж. | Жен. | Муж. | Жен. | Муж. | Жен. |
| 2011 | 25312 | 17227 | 23722 | 16916 | 23632 | 16609 | 30005 | 19219 |
| 2013 | 29746 | 23238 | 28532 | 21906 | 29366 | 21712 | 33301 | 24712 |
| 2015 | 33773 | 26273 | 32269 | 24846 | 33891 | 26255 | 38605 | 28021 |
| 2017 | 38622 | 30465 | 36304 | 28269 | 37102 | 28148 | 45557 | 32658 |
| <i>Отношение средней заработной платы в возрастной группе к средней заработной плате по экономике, %</i> | | | | | | | | |
| 2011 | 84 | 92 | 79 | 88 | 79 | 86 | 100 | 100 |
| 2013 | 89 | 94 | 86 | 89 | 88 | 88 | 100 | 100 |
| 2015 | 87 | 94 | 84 | 89 | 88 | 94 | 100 | 100 |
| 2017 | 84 | 93 | 80 | 86 | 81 | 80 | 100 | 100 |

Из данных таблицы заметно, что отношение заработной платы пожилых людей к средней заработной плате уменьшается с 2015 года. Такое относительное снижение оплаты труда работников «в возрасте» можно было бы связать с ухудшением ситуации на рынке труда из-за кризиса 2014 года. Но по многочисленным статистическим данным в экономике у других возрастных категорий уровень заработной платы постепенно рос все эти годы, так становится ясно, что мы имеем дело с проявлением возрастной дискриминации.

Каковы же экономические причины проявления такой дискриминации или «эйджизма»? Работодатель может отказываться от найма пожилых работников не только по экономическим причинам, но и из-за личных психологических проблем или же социально-обусловленной неприязни. Такого рода дискриминация на рынке труда приводят к потерям не только среди работников, но и среди работодателей. Компания очень быстро может стать неконкурентоспособной из-за предубеждений работодателя, так как другие компании могут принять более опытных работников, не дискриминируя никого по различным признакам. Многочисленные зарубежные и отечественные исследования показали, что в обществе сложились стереотипы относительно пожилых людей, которые негативно влияют на оценку их профессионализма и деловых качеств и могут оказать решающее воздействие на решение работодателя о

найме и определении условий труда для возрастных соискателей. Причем, очень часто люди сами не осознают этой предрешенности.

Актуальность проблемы дискриминации по возрастному признаку побуждает принимать специальные меры по борьбе с ней как отдельные государства, так и международные организации. В рекомендации МОТ от 1980 г. № 162 указано, что работники «в возрасте» должны иметь равенство возможностей и обращения относительно всех других трудящихся, с учетом их индивидуальных способностей, опыта и квалификации.[1] В России существует запрет на дискриминацию, который закреплен законодательством, в статье 3 Трудового кодекса РФ. На данный момент государство проводит ряд образовательных программ, помогающих внедрять информатизацию в жизнь пожилых людей, например «Виртуальная компьютерная школа пенсионеров», также Минтруд в ближайшее время планирует внедрить новую профессию – цифровой куратор, обладатели которой смогут помочь возрастному населению быстрее разобраться в информационном пространстве. С точки зрения рассматриваемых в данной статье причин дискриминации по возрасту в сфере трудовых отношений, эти меры, ограничивающие работодателя в принятии решений относительно пожилых работников, влияют на эйджизм неоднозначно. [6] Не случайно в бюджетных учреждениях, например, в вузах, где большую роль играют формальные признаки, дискриминации пожилых людей практически не наблюдается. Такая тенденция должна распространяться повсюду, так как это может существенно помочь экономике развиваться в новом, толерантном и современном русле.

Список литературы

1. О социально-экономическом положении пожилых людей: Ежегодный доклад Министерства труда и социальной защиты РФ [Электронный ресурс] // Официальный сайт.- Режим доступа:<http://www.rosmintrud.ru/social/veteran-defence/34>. Дата обращения: 04.05.2021.

2. Козина И.М., Зангиева И.К. 2014. Возрастная дискриминация при приеме на работу. В: Соболев И.В. (ред.). Дискриминация на рынке труда: современные проявления, факторы и практики преодоления. М.: Институт экономики РАН; 50–62.

3. Былков В.Г., Самарина М.В. Видовые и качественные изменения спроса на рабочую силу под воздействием трудовой мобильности // Труд и социальные отношения. 2018. № 3. С. 27–38. doi: 10.20410/2073-7815-2018-29-3-27-38.

4. Дюпюи Ж. О мере полезности гражданских сооружений // Вехи экономической мысли. 2000. Т. 1. С. 28–66.

5. Забелина О.В. Особенности занятости и проблемы трудоустройства лиц старших возрастных групп на российском рынке труда // Экономика труда. 2018. Т. 5, № 1. С. 165–176. doi: 10.18334/et.5.1.38874.

6. Клепикова Е.А., Колосницына М.Г. Эйджизм на российском рынке труда: дискриминация в заработной плате // Российский журнал менеджмента. 2017. Т. 15, № 1. С. 69–88.

Сафронова П.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Шелобаева И.С.

Тулский филиал Финуниверситета

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО ДЕЛА И НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО РАЗВИТИЯ

Необходимость регламентации и регулирования бухгалтерского дела с общегосударственных позиций обусловлена рядом причин, среди которых главными являются обеспечение, защита и гарантия соблюдения интересов собственников хозяйствующего субъекта, его инвесторов, кредиторов и других третьих лиц. Важны также налоговые соображения и требования единой государственной и международной статистики. В большинстве своем это конституционные требования к органам государственной власти, призванным обеспечить экономический порядок во взаимоотношениях хозяйствующих субъектов между собой, с государством и его налоговыми органами, собственниками и наемным персоналом. Частично в этом проявляется экономическая роль государства в регулировании рыночной экономики каждой страны [1].

Становление и развитие новых рыночных отношений, управление экономикой, использование Международных стандартов бухгалтерского учета предопределяют усиление роли и значения бухгалтерского учета [2].

Реализация перспективных возможностей развития организации предполагает соответствующий подход к организации бухгалтерского учета, экономического анализа и аудита. В бухгалтерском учете — это отражение резервов производственных мощностей и затрат по их обслуживанию, в экономическом анализе — новые подходы к оценке целесообразности затрат и уровня использования ресурсов, в аудите — большее внимание к выражению мнения об устойчивости развития (реализация принципа непрерывности функционирования субъекта хозяйствования) [3].

При реформировании законодательной базы бухгалтерского учета были допущены определенные просчеты, а в самой системе бухгалтерского учета имеются противоречия. Негативные моменты функционирования бухгалтерского учета вызваны многочисленными причинами, среди которых: — отсутствие единой и долгосрочной доктрины в области экономики, финансов, кредита;

— отсутствие должного правового регулирования;

— непоследовательности действующего законодательства, в том числе изменения направлений движения в политике и экономике, что приводит к потере преемственности, снижению квалификации бухгалтерских кадров.

Развитие бухгалтерского учета сопровождается изменениями в его структуре и призвано:

- обеспечить заинтересованных специалистов информацией об общих подходах к организации и ведению бухгалтерского учета;

- быть основой для поэтапной разработки новых и пересмотра действующих актов по бухгалтерскому учету;

- служить базой для принятия решений по вопросам, еще не урегулированным нормативными актами;

- помогать потребителям бухгалтерской информации в понимании данных, содержащихся в бухгалтерской отчетности.

Реформа бухгалтерского учета в России - это одна из важнейших мер, необходимых для подъема и развития экономики страны. При этом дальнейшее развитие бухгалтерского учета и отчетности предполагается осуществлять по следующим основным направлениям:

1) повышение качества информации, формируемой в бухгалтерском учете и отчетности;

2) создание инфраструктуры применения МСФО;

3) изменение системы регулирования бухгалтерского учета и отчетности;

4) усиление контроля качества бухгалтерской отчетности;

5) существенное повышение квалификации специалистов, занятых организацией и ведением бухгалтерского учета и отчетности, аудитом бухгалтерской отчетности, а также пользователей бухгалтерской отчетности.

В целом, подводя итог, можно сказать, что стратегия развития системы бухгалтерского учета России включает два взаимосвязанных направления:

— разработка модифицированных российских правил ведения бухгалтерского учета и предоставления индивидуальной бухгалтерской отчетности юридических лиц по принципам,

закрепленным в МСФО, и требованиям российского законодательства (в том числе нормам Гражданского кодекса РФ, Трудового кодекса РФ, Бюджетного кодекса РФ и других законодательных, нормативных актов);

— переход на формирование консолидированной финансовой отчетности в соответствии с МСФО.

Наиболее целесообразным вариантом регулирования бухгалтерского учета в России считают предоставление функций регулирования и постановки бухгалтерского учета государственному органу (представляющему собой единый методологический центр нормативного регулирования системы бухгалтерского учета), действующему совместно с учетной общественностью, с постепенным переходом к общественным формам регулирования.

Список литературы

1. Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 N 402-ФЗ (последняя редакция) <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 05.02.2021).

2. Бухгалтерский учет [Электронный ресурс]: учебник / под ред. проф. В.Г. Гетьмана. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2019. 601 с. <http://znanium.com/catalog/product/996140>

3. Бухгалтерский учет в условиях антикризисного управления [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. проф. В. Э. Керимова. 2-е изд., стереотип. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. 312с. ISBN 978-5-394-03483-1. <https://znanium.com/catalog/document?id=358376>

Светличная А.П.

Научн. рук.: докт. экон. наук, доц. Поляков В.А.

Тулский филиал Финуниверситета

КОНЦЕПЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА ПЕРСОНАЛА

Проблема управления, использования персонала предприятий и организаций имеет значение на уровне тех предприятий, положение которых изменилось коренным образом, с переходом на рыночную экономику. Для всех организаций, действующих в сфере услуг, управление имеет важное значение.

Руководитель любой успешной компании знает, что от того, как организована работа их сотрудников, зависит прибыльность их бизнеса, поэтому постоянное совершенствование системы управления персоналом есть залог развития и стабильно высокого роста предприятия. Организация должна создать такую систему управления,

которая обеспечит ему эффективную работу, высокую конкурентоспособность и устойчивое положение на рынке.

Стабильное функционирование предприятия, повышение конкурентоспособности и устойчивости напрямую связано с людьми, поэтому из большого числа функциональных сфер управленческой деятельности выделяется управление персоналом предприятия. Люди – источник инициативы, творчества, способа достижения поставленных целей, стоящих перед организацией. Несомненно, что управление персоналом является одним из важнейших аспектов теории, а также практики управления. [1].

Для начала, формирование системы управления персоналом на предприятии нуждается в органичном сочетании процесса развития и системы управления персоналом. Исходя из теоретических требований, система объединяет в себе как зарубежные, так и отечественные управленческие знания и состоит из следующих компонентов: элемент системы, связи системы, подсистемы системы и структура системы. Необходимо отметить и о системообразующих факторах, которые обуславливают создание и функционирование системы, но при этом подразделяются на внешние и внутренние. Она отражает существующий комплекс интересов, потребностей и ценностей сотрудников организации, которые определяют их активность. Данная система находит и выводит программы набора, отбора, подготовки и переподготовки, расстановки персонала организации, но при этом не сводится к ней.

Проведение анализа сложившейся ситуации в организации является неотъемлемой частью при проведении совершенствования системы управления персоналом. Для этого необходимо тщательно изучить кадровый состав, выявить возможные потребности в его изменениях и доработке. Проведение и изучение таких аспектов как: штатное расписание, система выплат заработной платы стоит доверить незаинтересованному лицу, который предоставит отчет, отражающий сложившуюся обстановку в компании. Это необходимо для того, чтобы совершенствование систему управления персоналом прошло наиболее успешно.

На протяжении долгого периода времени главное место при подборе персонала занимал уровень образования лица. Этот критерий конечно важен, но не является ключевым, так как наличие высшего образования не гарантирует, что работник способен выполнять свои профессиональные обязательства в полном объеме. Как правило, красный диплом имеют люди, обладающие усидчивостью, кропотливостью, и данный факт не дает гарантии, что

сотрудник сможет в должном образе продавать продукцию, находить новых клиентов и принимать верные решения в сложных ситуациях. Именно поэтому каждому предприятию необходимо провести разработку мероприятий по совершенствованию системы управления персоналом, в зависимости от внутренней специфики предприятия. К таким мероприятиям можно отнести следующее:

1. Конкурсный отбор. Крупные компании ценят в своих служащих желание работать, креативность, нетрадиционное решение задач и мобильность, поэтому не стоит прибегать к трудоустройству «по знакомству», это самая распространенная ошибка, которая рано или поздно застанет врасплох все стороны: работодателя, работника и того, кто его посоветовал.

2. Стимулирование. Для повышения эффективности производства стимулирование персонала должно приветствовать творчество, исполнительность и инициативу работников. Самым эффективным вариантом является применение поощрительных мер. К примеру, «Сотрудники считают свой банк надежным, если им гарантирована стабильная высокая заработная плата и нет оснований опасаться потерять работу в связи с ликвидацией банка» [2].

3. Введение санкций. Как правило, система наказания является неотъемлемым вариантом наложения дисциплины в коллективе. То есть работник должен нести ответственность за опоздания, прогул без уважительной причины, грубое обращение с клиентом, пассивное выполнение своих обязанностей. Но, к данному методу стоит прибегать только в крайней необходимости, так как оно может негативно отразиться на общем состоянии компании, а также ее дальнейшем развитии.

4. Обучение. Многие государственные и негосударственные организации предоставляют своим работникам возможность обучения в ведущих учебных заведениях страны, некоторые организуют поездки за границу для изучения основ своей деятельности, третьи – организуют мощную обучающую базу внутри предприятия.

5. Аттестация. Необходимо, чтобы работник, особенно крупной коммерческой компании, мог решать самые непредсказуемые задачи, искать различные пути выхода из сложившихся ситуаций, логически мыслить и быть стрессоустойчивым; знал определенные законы, нормы и нормативы. Поэтому происходит так называемая аттестация рабочего персонала

6. Обмен опытом. В последнее время стали все чаще проводить различные семинары, симпозиумы и форумы по управлению

персоналом, на которых люди из различных отраслей обмениваются своим опытом. Обмен происходит в сфере выполнения конкретных функциональных обязанностей, действием системы стимулирования работников, организацией их отдыха и общественной жизни.

7. Общественная жизнь. При положительной благоприятной атмосфере и эмоционального состояния работника уровень желаний и способности будет повышаться И наоборот: напряженные отношения могут отрицательно отразиться на ключевых показателях деятельности.

Любое совершенствование в системе управления персоналом несет в себе цель активизировать трудовые ресурсы, заинтересовать работников к тому, что они делают, пробудить в них интерес. Система управления персоналом нуждается в новой культуре, которая способна поддерживать те преобразования, которые так необходимо совершить [3]. Для повышения производительности труда, достижения экономической выгоды, а также целей и задач организации необходимо в полной мере мотивировать, стимулировать и развивать персонал. Разработка и внедрение стимулирующих мер ложится на плечи сотрудников кадрового отдела. На сегодняшний день требуются мобильные работники, обладающие профессиональным мастерством, навыками коллективной работы, умением принимать самостоятельное решение и качественно выполнять трудовые функции. При этом очень важно идти в ногу со временем и совершенствовать режим труда, способы его оплаты, сохранять здоровую конкуренцию в коллективе. Тщательно подготовленная работа с кадрами поможет руководителю увеличить прибыль и приобрести высококлассных специалистов.

Таким образом, персонал – конкурентное богатство, которое нуждается в постоянном развитии вместе с другими ресурсами для достижения стратегических целей предприятия и обеспечении его эффективного функционирования в рыночной экономике [4]. Персонал рассматривается уже как стратегический важный ресурс компании.

Список литературы

1. Базаров Т.Ю. Управление персоналом: учебное пособие М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018г. 554.с.
2. Годжаева Э.С. Особенности проявления категории и существующие проблемы по ее оценке// Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 3, Экон.Экол 2019г. №2(19) – С.168.
3. Электронный ресурс: <http://cyberleninka.ru>
4. Электронный ресурс: <http://center-yf.ru/data/ip/Upravlenie-personalom.php>

Свиридова Д.С.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефедова С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ПЕРЕХОДА НА НАЛОГОВЫЙ МОНИТОРИНГ

С 2020 года в силу вступили отдельные части Федерального закона от 29.12.2020 № 470-ФЗ, внесший ряд новшеств в развитие налогового мониторинга в РФ условия перехода организаций к налоговому мониторингу. С 1 июля 2021 года эта система взаимодействия будет доступна большему количеству компаний. В данной статье определена сущность изменений данного Федерального закона, преимущества и недостатки перехода организаций на налоговый мониторинг и авторская точка зрения по вступлению изменений в силу.

Изменения налогового законодательства сказываются не только на деятельности организаций, но и на экономическом развитии страны в целом. В последние годы все более актуальными становятся вопросы изменений в налоговом законодательстве. Налоговый мониторинг является одной из самых «молодых» форм налогового контроля. Налоговый мониторинг подразумевает взаимодействие между налоговыми органами и налогоплательщиком не в знакомом каждой компании формате проведения проверок, а возможность онлайн-доступа к информационным системам отчетности. Развитию данного направления послужила тенденция в использовании новых технологий. Упростить налоговым органам исполнение своих обязанностей также обязательное ведение компаниями электронной налоговой отчетности.

На данный момент, пока изменения в условиях в законодательстве не вступило в силу, минимальная совокупная сумма НДС, акцизов, налога на прибыль составляет 300 миллионов рублей, суммарный объем доходов организации-налогоплательщика должен составлять 3 миллиарда рублей. То есть, на налоговый мониторинг до вступления изменений в силу берут только крупных налогоплательщиков. Это означает, что организации, обладающие менее крупными активами, не могут перейти на систему налогового мониторинга, что означает обязательность прохождения налоговых проверок. Также до изменения были обязательно соблюдение выполнения суммовых требований для консолидированных налогоплательщиков.

До вступления в силу Федерального закона от 29.12.2020 № 470-ФЗ существовала концепция снижения порога перехода организаций к

налоговому мониторингу, главной целью которой являлось распространение налогового мониторинга на большее количество организаций-налогоплательщиков. Так к 2022 году планировалось увеличение количества налогоплательщиков не менее чем до 3879 субъектов налогоплательщиков, а к 2024 году – до 7827[2].

С 1 июля 2021 года происходят значительное снижение порога для возможности использования организациями налогового мониторинга. Так, минимальная совокупная сумма НДС, акцизов, налога на прибыль и НДС/ПИ составит 100 млн рублей, что по сравнению с ранее установленными мерами является снижением порога в 3 раза. В таком же количестве снизится лимит доходов и активов: с 3 до 1 млрд рублей. [1]

Определенно, данное изменение позволит пользоваться компаниям рядом преимуществ и позволит присоединиться к налоговому мониторингу большему числу субъектов. Отсутствие камеральных и выездных проверок, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 1.1 ст. 88, пунктом 5.1 ст. 89 НК РФ[4]. Переход на налоговый мониторинг позволяет компаниям получать рекомендации к исправлению отчетности и исправлять выявленные недочеты без штрафов и пеней, а также урегулировать конфликт в досудебном порядке и сокращение времени проведения проверки в несколько раз. Кроме того, сам факт использования организацией налогового мониторинга при грамотном планировании налоговой нагрузки субъектом налогообложения своей деятельности позволит поддерживать статус добросовестного налогоплательщика.

Однако система налогового мониторинга имеет некоторые недостатки. Например, возможность постоянного контроля налоговыми органами за отчетностью. Также существенным недостатком является обеспечения технических условий для предоставления налоговым органам данных информационной базы. Организации обязаны проводить своевременное обновление данных, чтобы информационная база содержала актуальные данные о текущем состоянии компании.

И в заключении можно сделать вывод, что благодаря снижению порога необходимых условий для перехода организаций на налоговый мониторинг, число предприятий, присоединившихся к данной системе, может увеличиться. Переходить ли на налоговый мониторинг или нет – решение за каждой организацией, поскольку данное явление имеет как положительные, так и отрицательные стороны.

Список литературы

1. О внесении изменений в части первую и вторую Налогового

кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации о налогах и сборах: федер. закон от 29.12.2020 № 470-ФЗ. <http://www.consultant.ru> (дата обращения 10.04.2021)

2. Доступ разрешен. Больше компаний смогут открыться налоговой службе [Электронный ресурс] <https://rg.ru/2020/03/03/mishustin-utverdil-konceptsiu-razvitiia-nalogovogo-monitoringa.html> (дата обращения 10.04.2021)

3. Налоговый мониторинг: с июля действуют обновленные правила [Электронный ресурс]

<https://www.audit-it.ru/articles/account/court/a53/1031554.html> (дата обращения 10.04.2021)

4. Налоговый мониторинг. Стоит ли переходить и к чему готовиться? [Электронный ресурс] <https://pravovest-audit.ru/nashi-statii-nalogi-i-buhuchet/nalogovyy-monitoring-stoit-li-perekhodit-i-k-chemu-gotovitsya/> (дата обращения 10.04.2021)

5. Плеханова Д.А., Матягина Т.В. Налоговый мониторинг – инновационная функция налогового контроля // Вестник науки и образования. 2019. №3-1 (57). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nalogovyy-monitoring-innovatsionnaya-funktsiya-nalogovogo-kontrolya/viewer> (дата обращения 10.04.2021)

Семенович А. И.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тульский филиал Финуниверситета

АУДИТ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

На сегодняшний день условия экономической конъюнктуры Российской Федерации сопутствуют негативное влияние на финансовую устойчивость предприятий из-за таких факторов, как распространение пандемии коронавирусной инфекции и продолжение процесса деглобализации (по причине продолжения санкционных мероприятий Запада).

Соответственно, управляющим хозяйствующих субъектов важно формирование инструментов, направленных на эффективный финансовый менеджмент и обеспечение экономической безопасности. Одним из таких механизмов выступает налоговый аудит, стратегические перспективы развития которого зависят от вызовов современности перед российским бизнесом.

Роль качества информации, получаемой руководством в рамках проведения налогового учета, крайне высокая, поскольку она отражает информацию, необходимую для выполнения налоговых обязательств организации перед бюджетом.

Поэтому в данный момент важным выступает активное проведение аудиторской проверки качества финансовой информации бухгалтерской отчетности предприятия, от степени которой зависит эффективность управленческой деятельности и решений менеджмента.

На сегодняшний день налоговая политика Правительства РФ характеризуется принятием различных изменений и мероприятий, направленных на обеспечение экономической безопасности национальной экономики России, угрозой которой выступает макроэкономические последствия от распространения пандемии коронавируса.

В виду таких событий формируется вероятность увеличения степени налогового бремени на хозяйственную деятельность предпринимательских структур, что отражается через показатель «налоговой нагрузки».

Дополнительной угрозой для коммерческих организаций экономики России выступает то, что из-за частых изменений в сфере налоговой политики государства возможно совершение грубых ошибок при проведении налогового учета и расчета налоговых обязательств предприятия с бюджетом, из-за чего будут произведены штрафные санкции.

Именно поэтому на сегодняшний день актуальным является применение внутреннего аудита налогообложения, который позволяет провести анализ возможных угроз и рисков предприятия со стороны реализации функций налогового менеджмента, а также найти способы по минимизации их воздействия.

Аудит налогообложения современных предприятий российской экономики позволяет объективно оценивать финансовый учет, выявлять правильность расчетов и уплаты налогов за отчетный период и состояние расчетов с бюджетными и внебюджетными фондами. Результат такой аудиторской проверки – оценка налоговых рисков предприятия и сведение их к минимуму [1, с. 39].

В настоящее время аудит налогообложения как сегмент аудиторской деятельности имеет большой спрос и развивается очень стремительно. Это в первую очередь обусловлено экономической ситуацией в стране, новыми тенденциями в законодательстве, корпоративными слияниями и поглощениями [5, с. 590].

Популярность аудита налогообложения в современной России обусловлена влиянием следующих факторов, как:

1. Сложная система функционирования налогообложения в стране.
2. Постоянные изменения в налоговом законодательстве.

3. Наличие большого количества спорных моментов в налогообложении организаций.

4. Низкий уровень компетентности руководителей и предпринимателей в вопросах налогового учета.

5. Стремление и желание предприятий получить качественные решения по вопросам налогообложения и налоговой оптимизации.

Как правило аудит налогообложения происходит по отношению к следующим видам налогов, как:

- налог на прибыль;
- налог на добавленную стоимость;
- налог, который рассчитывается в случае учета предприятия на упрощенной форме налогообложения;
- прочие налоги.

Задачами проведения аудита налогообложения компании выступают [3; 4, с. 835]:

- аудит соответствия размера налогов, которые уплачены и должны были быть уплачены;
- оптимизация налоговой нагрузки;
- диагностика проблемных точек системы налогового менеджмента предприятия;
- проверка правильности составления налоговой декларации, отчетности и другой документации при ее подаче в органы налогового администрирования;
- анализ методики исчисления налоговых выплат и использования налоговых льгот.

Методика проведения аудита налогообложения схематически изображена на рисунке 1 и состоит из пяти основных этапов.

Стоит отметить, что сегодня аудит налогообложения организаций в современной России сталкивается с рядом следующих актуальных проблем, среди которых [2]:

- дефицит теоретических основ методики организации налогового аудита в практике отечественного бизнеса;
- низкий уровень профессиональной квалификации специалистов аудиторской экспертизы;
- злоупотребление и действия нарушений в системе внутреннего аудита налогообложения и контроля со стороны сотрудников компании, которые манипулируют информацией и данными из финансовой отчетности;

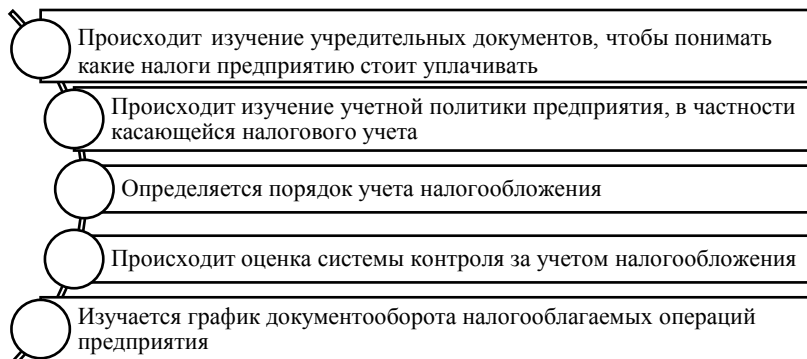


Рисунок 1 – Алгоритм методики аудита налогообложения предприятий в России [составлено автором].

- мошеннические действия со стороны отдельных аффилированных директоров организации;
- дефицит технологических и финансовых ресурсов для проведения качественной процедуры аудиторской проверки налогообложения организации;
- отсутствие заинтересованности управляющих предприятий в организации внутреннего аудита налогообложения.

Возможно по причине влияния вышеперечисленных проблем с 2017 по 2019 года число аудиторских организаций на территории России уменьшилось с 4,2 тысяч до 3,9 тысяч. При этом число специалистов аудита уменьшилось с 19,6 тысяч человек до 18,8 тысяч человек [6].

Таким образом, в заключении научного исследования, можно подвести следующие итоги:

1. Главной особенностью аудита налогообложения в современной России выступает негативное влияние актуальных проблем, из-за которых происходит неэффективное проведение аудиторской проверки налогового учета и выполнения налоговых обязательств отечественными предприятиями.

2. Практическая роль аудита налогообложения коммерческих организаций заключается в том, что при помощи проведения аудиторской проверки учетной политики и налогового учета фирмы устанавливаются возможные ошибки, совершение которых может привести к большим последствиям и юридической ответственности предпринимателей перед органами налогового регулирования в России.

Список литературы

1. Ахметшин А.Ф. Налоговый аудит как отдельный элемент в системе общего аудита [Электронный ресурс] // Статистика и экономика. 2017. №6. С. 38-41. <http://cyberleninka.ru>. (дата обращения: 05.05.2021).
2. Голубева А.Ю., Колесников В.В. Организация внутреннего аудита в Российской практике: проблемы и тенденции развития [Электронный ресурс] // Ученые записки Тамбовского отделения РоСМУ. 2017. №8. <http://cyberleninka.ru>. (дата обращения: 05.05.2021).
3. Орлов Д.В. К вопросу о понятии «Налоговый аудит» [Электронный ресурс] // Вестник ПГУ. Серия: Экономика. 2018. №4. <http://cyberleninka.ru>. (дата обращения: 05.05.2021).
4. Шашковская Н.В., Новрузова З.Д. Организация аудита на предприятиях нефтяного сектора: практические аспекты [Электронный ресурс] // Фундаментальные исследования. 2018. № 12(4). С. 834-838. <http://elibrary.ru>. (дата обращения: 05.05.2021).
5. Терентьева Т. А. Аудит налогообложения в системе экономических наук [Электронный ресурс] // Молодой ученый. 2019. № 2 (106). С. 589-591. <http://elibrary.ru>. (дата обращения: 05.05.2021).
6. Шибалкина Н.А. Анализ рынка аудиторских услуг в России. [Электронный ресурс] // Блог аудитора. <https://natalia-shibalkina.ru>. (дата обращения: 05.05.2021).

Синяева А.С.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Фомичева И.В.

Тульский филиал Финуниверситета

СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ И ЗДОРОВЬЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ

Развитие страхования связано с необходимостью общества защитить себя от случайных опасностей. Оно возникло в результате общественного разделения труда, обособления различных видов трудовой деятельности. Развитие общественных отношений и вовлечение в хозяйственную деятельность разнообразных направлений деятельности человека, в свою очередь, приводят к расширению сферы деятельности страхования. Потребность в страховании обусловлена необходимостью управления рисками, возникающими в процессе жизнедеятельности человека и хозяйственной деятельности организаций. Актуальность данной темы, определяется тем, что в условиях сегодняшней экономики главным институтом защиты человека является социальное страхование.

Страхование – это сфера экономических отношений, включающая образование специального фонда средств (страхового фонда) и его использование для преодоления и возмещения разного рода потерь, ущерба, вызванных неблагоприятными событиями путем выплаты страхового возмещения и страховых сумм.

По сравнению с другими экономическими отношениями страхование имеет следующие особенности:

— система экономических отношений в страховании возникает в связи со случайными негативными событиями, а также с экономическими убытками, полученными в результате наступления таких событий;

— страхование обеспечивает замкнутую и солидарную защиту от случайных убытков, т.е. защита распространяется на тех, кто заключил договор страхования и оплатил защиту своими денежными средствами или застрахован в соответствии с законом (обязательное страхование);

— страховые экономические отношения реализуются согласно условиям договора или закона;

— денежные взносы страхователей используются для создания страхового фонда, который является источником возмещения случайных убытков [3, с. 14].

Страхователем является юридическое или дееспособное физическое лицо, заключившее со страховщиком договор страхования либо являющееся страхователем в силу закона. Так, например, страхователями в силу закона являются представители власти (судебной, представительной, исполнительной), военнослужащие и приравненные к ним лица, а также отдельные категории граждан. Более подробно рассмотрим страхование государственных и муниципальных служащих.

В соответствии со ст. 52 ФЗ от 27.07.2004 г. N 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» (в последней редакции) гражданским служащим гарантируется:

— медицинское страхование гражданского служащего и членов его семьи, в том числе после выхода гражданского служащего на пенсию за выслугу лет, в соответствии с настоящим Федеральным законом и федеральным законом о медицинском страховании государственных служащих Российской Федерации;

— социальное страхование на случай заболевания или утраты трудоспособности в период прохождения гражданской службы либо сохранение денежного содержания при временной нетрудоспособности, а также на время прохождения обследования в медицинской организации, оказывающей специализированную

медицинскую помощь, в соответствии с федеральным законом;

— выплаты по обязательному государственному страхованию в случаях, порядке и размерах, установленных соответственно федеральными законами и законами субъектов Российской Федерации [2].

Соответственно, страхуемые риски будут зависеть от вида страхования:

— по медицинскому страхуются риски несения государственным служащим расходов, связанных с оплатой им медицинских услуг, оказанных больницами, клиниками;

— по временной не трудоспособности и в связи с материнством (далее-ВНиМ) страхуются риски утраты дохода в случае ухода на больничный лист, рождения ребенка;

— по государственному страхованию страхуются риски ухода из жизни, получения ущерба здоровью в связи с осуществлением государственным служащим своей профессиональной деятельности.

Участниками системы по обязательному страхованию государственных служащих могут быть различные лица, организации в зависимости от конкретного вида страховки [5]. Обычно это страховщик, страхователь и непосредственно само лицо, замещающее должность государственной службы на федеральном, региональном уровне.

Страховка оформляется на условиях и в порядке, зависящих от ее вида.

Так, в отношении ВНиМ никаких договоров госслужащему заключать не нужно. Он будет автоматически застрахован сразу после поступления на службу. Его страхователю, после постановки на учет в ФСС(фонд социального страхования) согласно ст. 2.3. ФЗ № 255, нужно лишь ежемесячно платить страховые взносы согласно Главе 34 НК и предоставлять отчетность, указанную в ч. 1 ст. 4.8. ФЗ № 255.

Относительно госстрахования государственных служащих также все делает страхователь:

— выбирает страховую компанию в соответствии с законодательством о госзакупках;

— далее заключает с ней договор в пользу выгодоприобретателей – госслужащих и членов их семей, содержащий сведения о сроке страхования, страховых суммах, страховых премиях и др. – согласно специальному закону [5].

В настоящее время одной из лидирующих компаний на рынке страхования, в том числе страхования жизни и здоровья государственных и муниципальных служащих, является региональная

сеть «Югория», которая состоит из 136 филиалов и более 200 агентств и точек продаж, работающих в 64 регионах России – от Калининграда до Владивостока. Филиалы государственной страховой компании «Югория» ежегодно выигрывают тендеры на крупные страховые суммы, одни из первенствующих – Казанский и Ханты-Мансийский филиалы ГСК [4].

Казанский филиал ГСК «Югория» в декабре 2019 года выиграл электронный аукцион на оказание услуг по обязательному государственному страхованию государственных гражданских служащих Министерства государственного имущества Республики Марий Эл. По результатам аукциона страховой защитой от несчастного случая и заболеваний в период исполнения ими служебной деятельности на должностях государственной гражданской службы были обеспечены 53 сотрудника Министерства государственного имущества Республики Марий Эл. Общая страховая сумма составила более 15 млн. рублей.

Ханты-Мансийский филиал ГСК «Югория» в последнем квартале 2019 года выиграл конкурс на право страхования жизни и здоровья государственных служащих – лиц, замещающих государственные должности Югры, и должности государственных гражданских служащих Югры, а также государственных гражданских служащих аппарата Законодательного Собрания Приморья.

По результатам первого тендера страховой защитой от несчастного случая и заболеваний на период выполнения служебных обязанностей обеспечены 3351 работник окружных департаментов, управлений и служб. Общая страховая сумма составила 8,9 млрд. рублей.

По результатам второго тендера страховой защитой на период выполнения служебных обязанностей обеспечены 115 человек, занимающих должности в аппарате Законодательного Собрания Приморья на постоянной основе. Общая страховая сумма составила более 100 млн. рублей.

Госслужащие Законодательного собрания Приморья могли рассчитывать на страховые выплаты в случае смерти, инвалидности, телесных повреждений, травм в период прохождения гражданской службы.

Экономическая роль страхования заключается в следующем:

— в масштабах национальной экономики страхование позволяет почувствовать стабильность населению и предприятиям, обеспечивает сохранность накоплений, а также представляет собой дополнительный стимул активизации инвестиционной деятельности за

счет притока страховых взносов, которые можно использовать;

— в масштабах государственной службы – позволяет обеспечить финансовую и социальную защиту государственных гражданских служащих.

В целях исполнения обязанности государства заботиться о социальной защищенности государственных служащих, законодателем было введено обязательное государственное страхование их жизни и здоровья и специальный порядок его финансирования (из средств соответствующих бюджетов). Таким образом, в России все государственные гражданские служащие застрахованы от рисков получения травм, ухода из жизни, болезни, необходимости оплаты услуг больниц и клиник.

Список литературы

1. Гарант Информационно-правовой портал: ФЗ от 27.11.1992 г. N 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (в последней редакции) [Электронный ресурс] URL: <https://base.garant.ru/36bfb7176e3e8bfefe718035887e4efc/> (дата обращения 06.04.2021)

2. Гарант Информационно-правовой портал: ФЗ от 27.07.2004 г. N 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» (в последней редакции) [Электронный ресурс] URL: <https://base.garant.ru/12136354/5f8ae450aa10a78f0b0005a38b5989df/> (дата обращения 06.04.2021)

3. Страхование в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. И.П. Хоминич, Е.В. Дик. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2019.–311 с.

4. Группа страховых компаний «Югория»: новости [Электронный ресурс] URL: <https://www.ugsk.ru/> (дата обращения 21.04.2021)

5. Страховкавед: Обязательное страхование государственных гражданских служащих [Электронный ресурс] URL: <https://strahovkaved.ru/strahovoe-delo/strakhovanie-gosudarstvennyh-sluzhaschih> (дата обращения 06.04.2021)

Смачек Ю.В.

Научн. рук.: докт. экон. наук, проф. Смылова О.Ю.

Липецкий филиала Финуниверситета

**СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЯМИ
ПОСТАВОК НА МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ НА
ПРИМЕРЕ ПАО «НЛМК»**

В условиях нестабильной экономики, кризисных ситуаций,

развития пандемии для устойчивого функционирования предприятия огромную роль играет фактор управления логистическими принципами. С быстро развивающимися и изменяющимися процессами в экономике, социальной сфере, ужесточением требований к качеству, сокращением издержек на логистические процессы только управление цепями поставок обеспечит предприятию конкурентоспособность. К факторам, которые меняют представление о современной экономике, относятся: интеграция логистической стратегии, направление и разнообразие клиентских запросов, возросший объем производства индивидуальных заказов. На сегодняшний день логистика на первое место выдвигает процесс, а не продукт. В связи с этим особенно актуальным является управление, ориентированное на прибыль и потребителя позволяющие объединить участников всего логистического процесса и улучшить непрерывность в цепях поставок. Каждая компания, выстраивая свой бизнес разрабатывает свою корпоративную стратегию, которая позволяет ей достичь определенных результатов. Имея свою собственную логистическую стратегию, компания способна решить множество проблем и задач, тем самым повысить производительность работ и уменьшить логистические затраты, повысить сервис качества. Решив данные стратегически задачи, компания получит ряд преимуществ:

1. увеличение роста продаж, оптимизация расходного материала, эффективность в работе активов и, как правило увеличение прибыли в компании;
2. увеличение позиций рейтинга на рынке сбыта и становление лидером на целевой арене.

Согласно имеющимся данным «...в металлургической отрасли принято разделять логистические цепи поставок плоского, сортового проката, продукцию из нержавеющей стали. Для обеспечения бесперебойных поставок на НЛМК используют сервисные центры. В основном все осуществляется под заказ, в случае необходимости принимают заказ на производство стальной продукции по спецификации покупателя и согласованной цене со сроками отгрузки. Бывает вполне распространенная ситуация, когда объединяют заказанный объем и объем, на которого еще не было заказа, который можно отнести к материалу, произведенному в запас» [3].

Основная практика «Управления цепями» является технология, где поставщик сам может контролировать на своих складах уровень готовой продукции. В планировании транспортировки цепи поставок, применяют несколько маршрутов: но более востребованными остаются железнодорожный и морской, т.к. обходятся гораздо дешевле

чем авиационный и автомобильный. Следует отметить, что цель цепи поставок является получение максимальной прибыли для всех участников данного процесса. Данную задачу возможно решить при экономии основных ресурсов, а именно: пространства, времени, материалов, энергии, труда и денег. В настоящее время компания НЛМК разрабатывает один из проектов нового этапа развития. Проект развития Стратегии для энергетического комплекса 2022, который направлен на повышение выработки собственной электроэнергии. Это позволит максимальное использование вторичных металлургических газов, тем самым можно добиться снижения операционных затрат энергохозяйственных нужд.

Как правило, оптимизирование расходов на транспорт можно достичь путем экономии на перевоз груза. Чем крупнее груз, тем меньше транспортные расходы на грузоперевозки. Из этого и следует экономия масштабных грузоперевозок. Для того чтобы транспортные издержки оставались минимальными, необходимо найти баланс между транспортными расходами и качеством обслуживания, к критериям которого можно отнести скорость и надежность перевозок груза.

Из источников авторов: Антюнин С.М., Найдис О.А., можно выделить следующие:

1. «Производство высококачественной продукции;
2. Минимальные издержки на производстве;
3. Широкий ассортимент товаров и прилагающих к ним услуг;
4. Правильно структурированная модель управления». [1]

Стратегическое управление можно использовать, как отдельную модель в методологии, благодаря которой произвести анализ и разработать свою более эффективную модель управления логистическими цепями на предприятии. Благодаря стратегическому управлению можно добиться высоких результатов и преимуществ на рынке сбыта представленных товаров и услуг, также держать под контролем конкурентоспособность. Применяя методологию всегда можно отследить поведение конкурентов и применить более современные методы для долгосрочного лидерства на рынке.

С этим нельзя не согласиться, так как «...стратегическое управление играет немаловажную роль и в управлении цепями поставок, что позволяет выработать рациональную стратегию управления ими» [1].

Управление цепями поставок многие связывают с рациональным использованием производственных мощностей. Ранее предприятия были вынуждены заранее планировать производство с учетом запасов сырья, по сколько не имели возможности синхронизировать процессы

поставок с поставщиками и клиентами. Благодаря появившейся информационной системе (КИС) и новым интернет-технологиям появилась возможность значительно повысить эффективность работы цепи поставок и всего производственного процесса.

Именно интеграция и координация существенно отличает идеологию управления цепями поставок от традиционных подходов к межфирменной кооперации.

В учебном пособии авторов Крылаткова П.П. и Прилуцкой М.А. «Управление цепью поставок» отмечается, что «...в России об управлении цепями поставок начали узнавать в начале 2000-х гг. Начали появляться первые переводные издания известных зарубежных авторов Д. Бауэрсокса и Д. Клосса, М. Кристофера, а позже К. Ламберта и Д. Стока, которые в основном были ориентированы на стратегическое управление цепями поставок. Первая книга по УЦП отечественного автора Д.А. Иванова появилась в 2003 году. В ней рассматриваются конкретные технологии реализации управления цепями поставок и вопросы планирования». [4]

Три основных направления управления цепями поставок, которые применяют как в России, так и за рубежом можно рассмотреть в следующем контексте:

1. Составление бизнес-плана;
2. Разработка научного направления;
3. Среда информационного взаимодействия предприятий». [4]

Взаимосвязь между данными направлениями является одной из важнейших задач. В исследуемой компании ПАО «НЛМК» модель интегрирования и управления цепями поставок выстроена достаточно эффективно. Каждый из сотрудников управления отвечает за последовательность всего процесса. Оформлением и продлением договоров, спецификаций, а также присвоением источника поставки занимается бэк-офис, который также несет ответственность за работу с претензиями и контролирует поступление материала в цеха.

Важно отметить, что специфика управления цепей поставок заключается в ежедневной работе и требует особого подхода, как со стороны планирования, так со стороны развития методологии. Основная методология должна быть основана и разработана в экономической области, теории управления цепями поставок. Стремясь оптимизировать ресурсы в цепи поставок, необходимо уделить внимание разноплановым проблемам, которые определяют не только внешнюю, но и внутреннюю среду компании в данной сфере.

Как правило, необходимо отметить динамичность цепи поставок, сложность системы цепи поставок, параметры, конфликт интересов

внутри участников высокий спрос на продукцию, срок поставок, уровень запасов и время транспортировки, человеческий фактор.

Во многих странах на развитие цепей поставок оказывают макроэкономические тенденции. На первое место можно поставить международную торговлю. На второе смещение центров экономической активности. Третье место займет отраслевая глобализация, которая приводит к изменению уровней предприятий. В Группе компаний разработана современная система цепи поставок, которая включает в себя большое количество поставщиков, дистрибьюторов, транспортно-логистических операторов и производителей торговых посредников по всему миру.

Управление цепями всегда учитывает специфику движения финансов. Обратные средства имеют довольно медленную скорость протекания. Одной из основных особенностей финансовых потоков заключается в большом временном промежутке, который разделяет момент производства работ и его результат. Конечно нельзя не отметить информационный поток, который является составляющей в данной цепочке. Он служит для передачи всех данных о товаре, его специфике и хранении. Проектирование управления цепями поставок, высшее руководство разрабатывает на несколько лет вперед.

Подводя итог вышесказанному, важно отметить, что процесс планирование цепей поставок на ПАО «НЛМК» – «...это многогранный процесс, который включает в себя множество важных аспектов, операций и действий направленных, на организацию поставки сырья, материалов и сбыта максимально возможного количества произведенной продукции широкому кругу потребителей, при условии соблюдения определенного ряда логистических правил» [2]. Однако, реальность может расходиться с планом. Цели планирования на производстве достаточно прямолинейны, но проблема может заключаться в том, что все эти цели находятся в сложной зависимости друг от друга. В связи с этим для построения плана необходимо найти определенный баланс между конкурирующими целями.

По мнению авторов Антюнина С.М., Найдиса О.А. «...стратегически правильное применение SCM приводит к таким позитивным результатам как:

1. Промышленное производство прежде всего ориентируется на рынок сбыта продукции;
2. Налаживаются партнерские отношения с поставщиками сырья и услуг;
3. Оптимизация запасов сырья и производимых товаров;

4. Значительное сокращение численности вспомогательных рабочих;
5. Улучшение качества выпускаемой продукции и предоставляемых услуг за счёт стратегически правильно построенной интеграции на предприятии;
6. Оптимизация использования производственных и складских помещений;
7. Сокращение времени на доставку продукции до 25–30 %;
8. Повышение уровня транспортного обслуживания;
9. Слаженная работа по выполнению комплекса работ всех иерархических уровней относительно транспортировки и сбыта продукции». [1]

Таким образом, по результатам проведённого исследования можно сделать вывод, что управление цепями поставок на производстве рассматривается как перспективное направление повышения эффективности развития производства. «Однако для того, чтобы управление цепью поставок выполняло свои функции и работало "как часы" необходимо соблюдать баланс между контрагентами ЦП». [1] В связи с этим, выше представленные стратегии, безусловно, можно использовать как единичный вариант. При этом следует подчеркнуть, что для достижения наилучшей эффективности деятельности компании-производителя наилучший результат можно достичь только при совмещении нескольких стратегий, что показывает в своей практической деятельности исследуемая компания ПАО «НЛМК».

Список литературы

1. Антюнин С.М., Найдис О.А. Исследование стратегий управления цепями поставок // Организатор производства. 2020. Т.28. №3. С.97-107
2. Мешкова И.В., Козлова Е.И. Особенности снабженческо-бытовой деятельности ПАО «НЛМК» // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2019. №2(36). С.321-326
3. Солодовников В.В. Эволюция цепей поставок предприятий черной металлургии // Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2017. №2. С.59-64
4. Управление цепью поставок (SCM) : учеб. пособие / сост. П. П. Крылатков, М.А. Прилуцкая. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2018. 140 с.

Солдатова А. И.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В. И.

Тулский филиал Финуниверситета

АУДИТ КРЕДИТОВ И ЗАЙМОВ

Актуальность статьи обуславливается наличием большого интереса к проблематике аудита кредитов и займов в современной российской науке и со стороны научного сообщества, и со стороны отечественного законодателя, а также наличием слабого уровня раскрытия и разработанности практического материала для использования аудиторам. В итоге, рассмотрение в данной статье аспектов состояния и развития аудита кредитов и займов обладает теоретической и практической значимостью. Теоретическая значимость рассматриваемых в статье аспектов заключается в проведении систематизации наиболее известных методик и подходов к проведению аудита кредитов и займов в РФ на современном этапе. Практическая значимость рассматриваемых в статье аспектов заключается в возможности применения полученных результатов исследования в своей деятельности со стороны аудиторов.

Современные субъекты хозяйствования редко обходятся без использования внешних источников финансирования. Причем часто их суммы имеют весьма значительный характер, требуя правильного документального сопровождения. Для получения четкой уверенности в адекватности получаемой информации о составе и структуре кредитов и займов в организациях для их руководства требуется проводить аудит кредитов и займов [3].

При получении заемных средств субъекты хозяйствования получают возможность развиваться и наращивать объемы хозяйственной деятельности. Здесь возникает ответственность в связи с возникновением дополнительного объема обязательств [4;5;6].

Согласно части II ГК РФ (глава 42) [2] при соглашении о займе заимодавец передает в пользу заемщика сумму денежных средств или иной актив.

Заемщик, со своей стороны, должен вернуть абсолютно такой же предмет соглашения. По этой причине аудитор должен проверить форму выдачи займа. Ситуация, в которой при получении денег заемщиком он же через определенное время погасил долг, но уже ценными бумагами и или иным имуществом без внесения соответствующих изменений в условия соглашения, - это нарушение.

При этом здесь важно подчеркнуть, что аудит кредитов и займов редко проводится в отрыве от аудита других видов активов и обязательств - как правило, данный аудит является одним из этапов

проведения комплексного аудита. Он создает информационную основу для заключения о степени финансовой устойчивости и платежеспособности аудируемого лица.

Аудитор исследует структуру заемного капитала, сроки предоставления кредитов и займов, типы контрагентов, направления использования кредитов и займов. Серьезная роль отводится эпизодам несвоевременного покрытия привлеченных средств или процентов по ним и расчету штрафов. Цель данного аудита состоит в определении соответствия применяемой методики учета действующим нормам финансового права РФ [8].

При аудите операций по кредитам и займам анализируются дебетовые обороты:

- по бухгалтерскому синтетическому счету 66 (при расчетах за кредиты и займы, выданные на краткосрочный период);
- по бухгалтерскому синтетическому счету 67 (при расчетах за кредиты и займы, выданные на долгосрочный период).

Аудитором определяется уровень своевременности возврата кредитов и займов. Кроме того, аудировается верность отражения процентов, т.к. ошибка в их отражении вызывает ошибочное формирование конечного финансового результата деятельности аудируемого экономического субъекта

Также аудитор обследует ведение синтетического и аналитического учета на их соответствие информации, содержащейся в Главной книге, остаткам соответственных счетов в балансе аудируемого экономического субъекта (предприятий и организаций).

Проводя проверки операций, связанных с возвращением кредитов и займов, аудитора особо интересует процесс и результаты погашения через продажу ценных бумаг по цене, которая превосходит номинальную стоимость. Также аудировается отражение в учете курсовых разниц по имеющимся валютным займам.

При резюмировании результатов проверки аудитор высказывает мнение о способности продолжать свою деятельность со стороны аудируемого экономического субъекта.

Далее необходимо рассмотреть наиболее часто используемые в РФ методики проведения аудита кредита и займов в экономических субъектах страны.

В РФ наиболее часто используются следующие методики проведения аудита кредита и займов - это:

- методика Бровкиной Н.Д. доцента Департамента учета, анализа и аудита Финансового университета при Правительстве РФ;

- методика Бычковой С.М., автора свыше 300 научных публикаций, в т.ч. 19 работ, изданных в США, в Соединенном Королевстве и Швейцарии;

- методика Сиротенко С. А., доцента кафедры экономического анализа и аудита Финансовой академии при Правительстве РФ.

Бровкина Н.Д. в качестве цели проведения аудита кредитов и займов определила формирование мнения о степени достоверности данных, содержащихся в финансовой отчетности, о составе заимствований, и анализ соответствия отражения проведенных за проверяемый период времени расчетов действующим требованиям отечественных нормативно-правовых актов в сфере бухгалтерского учета. Для проведения аудита кредитов и займов Бровкина Н.Д. в качестве информационных источников предлагает использовать инвентаризационные акты, учетные регистры по бухгалтерским синтетическим счетам 51, 52, 66, 67 и т.д. Бровкина Н.Д., акцентируя внимание на исследовании кредитных договоров на соответствие действующим нормам ГК РФ, при проведении аудита основывается главным образом, на использовании документального метода.

Бычкова С.М. и Сироткина С.А. считают, что в качестве задачи проведения аудита задолженности выступает установление степени правильности определения и отражения в учете операции по кредитованию. Для проведения аудита кредитов и займов Бычкова С.М. и Сироткина С.А. в качестве информационных источников предлагает использовать кредитные договора, регистры по бухгалтерским синтетическим счетам 51, 52, 66, 67, Главную книгу и т.д. Таким образом, Бычкова С.М. и Сироткина С.А. при проведении аудита основываются, главным образом, на использовании расчетно-аналитического метода и метода фактического контроля.

В независимости от применяемой методики проведения аудита кредитов и займов в состав основных задач данной проверки входят следующие:

- Изучение соглашений о предоставлении кредитов, займов, залогов и иных источников поступления привлеченного капитала.

- Оценка бухгалтерского синтетического и аналитического учета кредитов и займов, определение степени законного расходования полученных кредитов и займов [7].

- Исследование правильности отображения на бухгалтерских счетах и в бухгалтерской отчетности полученных кредитов и займов.

- Исследование абсолютности и своевременности возвращения заемного капитала.

- Определение точности расчета процентов за использование

кредитов и займов, и списания сумм по процентам.

Для фактического достижения ранее указанной цели аудита кредитов и займов необходимо проверить:

- уровень документированности и действительности заемного капитала;
- уровень аргументированности получения кредитов и займов и определение источников их поступления
- цели применения кредитов и займов, своевременность и полноту покрытия;
- оценка остатков непогашенных долгов и выплаты по ним процентов;
- порядок организации и ведения бухгалтерского синтетического и аналитического учета кредитных операций.

Для эффективного проведения аудита кредитов и займов аудитор необходимо на начальном этапе определить порядок и последовательность контроля, требуемый набор процедур и перечень источников получения необходимых данных. Для чего разрабатывается стратегия аудита.

Таким образом, при проведении аудита кредитов и займов важно аргументировано определить суммы, которые выплачиваются за применение внешних источников финансирования и определить верность их списания. Важно определить и правильность отражения в учете и в отчетности заемного капитала.

Самыми часто выявляемыми ошибками и нарушениями при проведении аудита заемного капитала являются следующие:

- Отсутствие внутренних нормативно-правовых документов и распорядительной документации.
- Ненадлежащее включение процентов по заемному капиталу в конечную себестоимость продаж.
- Фактическое невыполнение принципа, связанного оцениванием имущества.
- Фактическое несоблюдение принципа, связанного образованием финансовых итогов.

При организации и проведении проверки всех нюансов, связанных с приобретением и использованием заемного капитала, аудитор должен определить действенность инвестированных ресурсов по направлениям, для каких они изначально образом предопределялись.

Аудиторская стратегия по кредитным расчетам включает в себя нескольких ключевых стадий согласно определенным источникам информации. В случае возникновения в том потребности данная

стратегия может быть дополнена перечнем дополнительных процедур, но ключевые из них остаются неизменными – это, например:

- Оценка правильности оформления хозяйственных договоров - проверке подвергаются соглашения о получении займов и кредитные соглашения.

- Исследование данных регистров бухгалтерского учета в сопоставлении с данными Главной книги. Таким образом, получается информация относительно объема задолженности полученным кредитам и займам.

- Изучение целевого характера использования полученных кредитов и займов - проверке подвергаются соглашения полученных кредитах и займах, журналы-ордера, налоговые декларации [1].

- Определение правильности корреспондирования счетов по учету кредитов и займов и начислению по ним процентов – проверке подвергаются положения учетной политики регистры бухгалтерского учета [9].

В рамках проведения аудита кредитов и займов аудитор должен провести тестирование системы внутреннего контроля.

Кроме того, аудитор обязан получить данные последовательности разработки и принятия постановления о потребности в привлечении внешних источников финансирования.

При этом определяются ответственные за следование графику покрытия долгов и процентов по ним, за подготовку отчетности в кредитное учреждение, за контроль за правильностью использования кредитов и займов.

При отборе кредитов и займов, как правило, используется методика стратификации. В виде основных критериев выявляются типы контрагентов или суммы внешних заимствований, отобранные кредитные соглашения подвергаются оценке на соответствие действующим нормам ГК РФ [10].

В рабочих документах аудитор отражает основные параметры кредитных соглашений - сроки, суммы, цели привлечения кредитов и займов, условия получения порядок возвращения, ставка по процентам, вид обеспечения, штрафные санкции. Общая методология аудита кредитов и займов базируется на использовании стандартных правил по исследованию экономической деятельности субъектов хозяйствования, включая в себя обязательный набор для всех аудируемых лиц техник, приемов, способов и тактик. В частной методологии может быть уделено внимание обобщению однотипных отклонений, при этом подробным образом могут быть исследованы способы ведения и нюансы экономической деятельности субъектов

хозяйствования.

Таким образом, резюмируя итоги данной работы, можно заключить, что аудиторская проверка кредитов и займов крайне важна, поскольку ее проведение дает возможность всем пользователям бухгалтерской отчетности получить дополнительную уверенность в процессе принятия управленческих решений экономического характера на базе данной отчетности. При этом было отмечено, что в РФ наиболее часто используются следующие методики проведения аудита кредита и займов - это методика Бровкиной Н.Д., методика Бычковой С.М. и методика Сиротенко С.А. Их общая проблема сфокусированность на отдельных аспектах аудита и использование в ходе проверки, главным образом, ручного труда. Решить данную проблему можно путем применения комбинированного подхода к проведению аудита кредитов и займов на базе выше указанных методик с использованием современного программного обеспечения:

1. Формирование проекта на аудит кредитов и займов.

- Внесение в программу данных о контрагенте для создания проекта по аудиту кредитов и займов;

- Формирование аудиторской группы.

2. Получение исходных данных.

- Подключение к программе «1С» в режиме интеграции;

- Загрузка данных бухгалтерского учета из программы «1С» с использованием внешней обработки;

- Автоматическое заполнение форм бухгалтерской отчетности по данным xml-файла;

- Формирование перечня рабочих документов по данным бухгалтерского учета.

3. Предварительная оценка проверяемых операций.

- Объединение проверяемых данных бухгалтерского учета по видам операций с целью документирования выявленных рисков, планирования процедур по видам операций;

- Документирование вопросов участниками аудиторской группы по видам операций;

- Оценка рисков по видам операций;

- Установление связи между проверяемой операцией аудиторскими процедурами.

4. Планирование аудита кредитов и займов.

- Расчет уровня существенности;

- Расчет финансовых коэффициентов;

- Взаимодействие показателей отчетности;

- Планирование проверки на уровне строк отчетности;

- Формирование Плана аудита и Стратегии аудита на основании типовых процедур.

5. Аудит кредитов и займов.

- Заполнение рабочих документов, не содержащих данных бухучета;

- Прикрепление по процедурам и нарушениям любых файлов;

- Подписание рабочих документов электронной подписью;

- Групповая выгрузка всех файлов по проекту на внешний носитель.

6. Подведение итогов аудита кредитов и займов.

- Документирование выявленных нарушений;

- Подготовка альтернативной отчетности с учетом влияния выявленных нарушений на отчетность;

- Подготовка отчета аудитора (письменной информации);

- Подготовка аудиторского заключения;

- Ознакомление с проверкой отчетности, выполнением процедур, выявленными нарушениями в рамках проверки качества выполнения задания.

Использование комбинированной методики проведения аудита кредитов и займов при использовании современного ПО на базе «ГТ Аудит: Предприятие» позволит повысить объективность и результативность проведения аудиторской проверки производительность труда аудиторов.

Список литературы

1. Налоговый кодекс РФ Ч. 2 от 5.08.2000 №117-ФЗ (ред. от 20.04.2021) [Электронный ресурс] <http://www.consultant.ru> (дата обращения 01.05.2021)

2. Гражданский кодекс РФ. Ч. 2 от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 09.03.2021) [Электронный ресурс] <http://www.consultant.ru> (дата обращения 01.05.2021)

3. Об аудиторской деятельности Федеральный закон от 30.12.2008 №307-ФЗ [Электронный ресурс] <http://www.consultant.ru> (дата обращения 01.05.2021)

4. О бухгалтерском учете Федеральный закон от 6.12.2011 №402-ФЗ [Электронный ресурс] <http://www.consultant.ru> (дата обращения 01.05.2021)

5. Учет расходов по займам и кредитам» (ПБУ 15/2008) Приказ Минфина России от 6.10.2008 №107н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету [Электронный ресурс] <http://www.consultant.ru> (дата обращения 01.05.2021)

6. О правилах осуществления перевода денежных средств Положение Банка России от 19.06.2012 N 383-П (ред. от 11.10.2018) [Электронный ресурс] <http://www.consultant.ru> (дата обращения 01.05.2021)

7. Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкции по его применению Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 №94н (ред. от 08.11.2010) [Электронный ресурс] <http://www.consultant.ru> (дата обращения 01.05.2021)

8. Международный стандарт аудита 200 "Основные цели независимого аудитора и проведение аудита в соответствии с международными стандартами аудита" (ред. от 30.12.2020) [Электронный ресурс] <http://www.consultant.ru> (дата обращения 01.05.2021)

9. "Международный стандарт аудита 520 "Аналитические процедуры" (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 09.01.2019 N 2н) [Электронный ресурс] <http://www.consultant.ru> (дата обращения 01.05.2021)

10. Как провести аудит кредитов и займов [Электронный ресурс] www.nalog.ru (дата обращения 01.05.2021)

Солдатова А.И.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Шелобаева И.С.

Тулльский филиал Финуниверситета

К ВОПРОСУ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА

Прибыль выступает в качестве конечного финансового результата работы предприятия, является главной целью предпринимательской деятельности, служит показателем ее оценки. Прибыль — важная категория рыночной экономики, она неразрывно связана с эффективным использованием основного и оборотного капитала, материальных и трудовых ресурсов.

Прибыль как экономическая категория выполняет следующие функции:

1. Сумма прибыли характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности хозяйствующего субъекта. Она показывает, что его доходы превышают произведенные расходы.

2. Она является составной частью формирования финансовых ресурсов предприятия и играет стимулирующую роль в его развитии. С помощью прибыли обеспечивается принцип самофинансирования — расширенное воспроизводство и социальное развитие предприятия. В

увеличении прибыли заинтересованы и трудовые коллективы, так как за счет части прибыли формируются фонды потребления, осуществляются различные поощрительные и социальные выплаты.

3. Прибыль предприятий через налоговую систему является одним из источников формирования бюджетов страны, что позволяет органам государственной власти решать важнейшие народнохозяйственные и социально-экономические задачи общества.

Таким образом, прибыль служит рычагом стимулирования и сочетания экономических интересов хозяйствующих субъектов, трудовых коллективов и общества в целом.

По составу выделяются следующие виды прибыли:

1. Балансовая прибыль определяется как разность между всеми доходами и всеми расходами предприятия. Это совокупная прибыль, полученная от всех видов деятельности и операций. В бухгалтерском отчете о финансовых результатах она обозначена как прибыль до налогообложения. Для расчета суммы этой прибыли по торговле необходимо из суммы доходов от реализации (за минусом НДС), операционных и внереализационных доходов вычесть сумму издержек обращения, операционных и внереализационных расходов. Этот финансовый результат учитывается на бухгалтерском счете 99 «Прибыли и убытки». Кредитовое сальдо по этому счету означает сумму балансовой прибыли, полученную за определенный период (доходы превысили расходы). Дебетовое сальдо означает убыток (расходы превысили доходы) [2].

2. Экономическая прибыль — это разность между балансовой прибылью и неявными (альтернативными) расходами. Она представляет интерес для отдельных предпринимателей.

3. Налогооблагаемая прибыль — это сумма прибыли, которая облагается налогом на прибыль в соответствии с Налоговым кодексом. Этот вид прибыли имеет место в хозяйствующих субъектах по видам деятельности в условиях режима налогообложения прибыли. В условиях упрощенной системы налогообложения, учета и отчетности, а также применения единого налога на вмененный доход отсутствует показатель налогооблагаемой прибыли. Сумма этой прибыли не совпадает с суммой балансовой прибыли. Она может быть больше балансовой при наличии сверхнормативных расходов (командировочных, представительских, на рекламу) и некоторых потерь, в частности штрафных санкций за нарушение договорных обязательств. Сумма налогооблагаемой прибыли может быть меньше балансовой при наличии налоговых льгот [1].

4. Чистая прибыль, т. е. сумма прибыли, остающаяся в

распоряжении хозяйствующего субъекта. Она рассчитывается как разность между суммой балансовой прибыли и суммой налоговых платежей. Этот финансовый результат учитывается на бухгалтерском счете 84 “Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)”. Кредитовое сальдо по счету 84 означает сумму прибыли, которая осталась в пользу предприятия в результате успешной работы за год. Предприятия самостоятельно устанавливают направления использования этой прибыли. Дебетовое сальдо отражает отрицательный результат деятельности предприятия за год, т. е. убыток, подлежащий покрытию в будущем.

Сумма налогов зависит от режимов налогообложения: налог на прибыль, единый налог на вмененный доход, упрощенная система налогообложения, учета и отчетности.

Следует отметить, что составляющие элементы финансовых результатов деятельности предприятий для целей формирования бухгалтерского и налогового учёта имеют ряд отличительных особенностей [3]:

- в первом случае доходом признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов и (или) погашение обязательств, которое приводит к увеличению капитала компании за исключением вкладов участников (собственников имущества);

- доходом же для целей ведения налогового учета признается экономическая выгода в денежной или натуральной форме, которая учитывается, если существует возможность ее оценить и в той мере, в которой такую выгоду можно оценить и определяемая в соответствии с положениями НК РФ;

- расходами для целей налогообложения считаются те затраты, которые могут быть экономически обоснованы, документально, а также произведены с целью извлечения дохода, то есть прибыли.

Кроме этого, некоторые затраты не учитываются в налоговом учёте, но при этом могут учитываться в бухгалтерском учете. Одной из главных причин отличия бухгалтерского учета от налогового учета является разница в признании доходов во времени, именно поэтому бухгалтерская прибыль или убыток не совпадают с налогооблагаемой прибылью или убытком.

Список литературы

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации. Ч. 1, 2: федер. закон : принят Гос. Думой 16.06.1998, 19.07.2000: одобр. Советом Федерации 17.07.1998, 26.07.2000 // ПБД «Консультант Плюс 3000» [Электронный

ресурс]: еженед. пополнение / ЗАО «Консультант Плюс», НПО «ВМИ». – Загл. с экрана.

2. О бухгалтерском учете: федер. закон: принят Гос. Думой РФ 06.12.2011: одобрен Советом Федерации 06.12.2011 // ПБД «Консультант Плюс 3000» [Электронный ресурс]: еженед. пополнение / ЗАО «Консультант Плюс», НПО «ВМИ». – Загл. с экрана.

3. Ефимова О.Е. Финансовый анализ: современный инструментальный для принятия экономических решений: учебник О.В. Ефимова. 3е изд., испр. и доп. М. Издательство «Омега-Л», 2016. 351 с.

Сорокина Н.Д.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тулский филиал Финансового университета

АУДИТ ФОРМИРОВАНИЯ УСТАВНОГО КАПИТАЛА И РАСЧЕТОВ С УЧРЕДИТЕЛЯМИ

Уставный капитал - это визитная карточка организации, его размер сказывается на ее инвестиционной привлекательности.

Цель аудита уставного капитала и расчетов с учредителями заключается в подтверждении законных оснований деятельности экономического субъекта, правильности формирования и изменения уставного капитала и реальности (достоверности) соответствующих показателей бухгалтерской отчетности.

Аудит уставного капитала осуществляется в соответствии с требованиями следующих нормативно-законодательных документов:

- Гражданский Кодекс РФ;
- Налоговый Кодекс РФ;
- Федеральный закон от 26.12.1995 №208-ФЗ «Об акционерных обществах»;
- Федеральный закон от 08.02.1998 №14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью»;
- Федеральный закон от 30.12.2008 №307-ФЗ «Об аудиторской деятельности»;
- Стандарты аудиторской деятельности.

К задачам аудита формирования уставного капитала и расчетов с учредителями относятся:

- Установление структуры, статуса организации, состава собственников;
- Проверка распределения долей в уставном капитале, своевременность взносов;
- Порядок и полнота расчетов с учредителями;

- Верность оформления документов при вносе доли имуществом;
- Своевременность и правомерность внесения изменений в реестр;
- Проверка необходимости лицензирования.

Работу целесообразно начинать с проверки юридического статуса и права осуществления уставных видов деятельности, состава учредителей (участников), структуры и управления организации, а также финансовых возможностей для достижения поставленных целей деятельности.

В процессе аудита источниками информации являются все имеющиеся у предприятия учредительные формы и дополнительные документы, способствующие проведению анализа:

- Устав, учредительный договор, протоколы собраний учредителей, свидетельство о государственной регистрации; документы, подтверждающие права собственности учредителей на имущество, вносимое в оплату приобретаемых ими акций; зарегистрированные изменения к учредительным документам; реестр акционеров; выписки из протоколов годового собрания акционеров, выписки решения совета директоров, внутренние положения; документы, подтверждающие внесение доли учредителей в уставный капитал.

- Регистры аналитического и синтетического учета (журналы-ордера, ведомости аналитического учета по счетам: 80 «Уставный капитал», 75 «Расчеты с учредителями»).

- Главная книга, оборотно-сальдовая ведомость; отчетность (ф.№1 «Бухгалтерский баланс; ф.№3 «Отчет об изменениях капитала»). [4, с.217]

Проверке подвергаются документы за весь период ведения деятельности, начиная от даты регистрации. Хранение учредительных документов обязательно для предприятий. При утрате или порче имеется возможность направить запрос в ИФНС и иные органы на получение дубликатов. В регистрирующем органе ИФНС имеются дела каждого предприятия, внесенного в ЕГРЮЛ.

Аудиторская организация и индивидуальный аудитор обязаны планировать свою работу так, чтобы проверка была проведена эффективно.

Планирование аудита предполагает разработку общей стратегии и детального подхода к ожидаемому характеру, срокам проведения и объему аудиторских процедур.

При получении доказательств в части аудита формирования уставного капитала и расчетов с учредителями, чаще всего, используются следующие аудиторские процедуры: инспектирование, запрос и подтверждение, подсчет.

Инспектирование представляет собой проверку учредительных документов и устава, протоколов собраний учредителей, документов, подтверждающие права собственности учредителей на имущество, вносимое в оплату приобретаемых ими акций, зарегистрированных изменений к учредительным документам.

Запрос и подтверждение часто используются аудиторами при получении информации от третьих лиц (ИФНС).

Подсчет заключается в проверке точности арифметических расчетов остатков на счетах учета уставного капитала и расчетов с учредителями, отраженных в регистрах бухгалтерского учета.

Так же аудитор должен составить программу проведения аудита, которая включает в себя стратегию и план, где прописаны все этапы аудита (Таблица 1).

Таблица 1 – программа аудиторской проверки

| № п/п | Перечень аудиторских процедур | Источники информации |
|-------|---|--|
| 1 | Аудит учредительных документов | |
| 1.1 | Проверка учредительных документов | Копии учредительных документов |
| 1.2 | Проверка наличия разрешительных документов на право заниматься определенными видами деятельности | Копия разрешений, лицензий и т.п. |
| 1.3 | Прослеживание отражения величины уставного капитала, долей распределенным согласно учредительным документам | Копии учредительных документов регистров бух. учета, баланса |
| 1.4 | Сопоставление учредительных документов, решений акционеров, собственников, руководства экономического субъекта с данными бух. учета по отражению видов деятельности | Копии учредительных документов копии решений, регистры бух. учета |
| 1.5 | Проверка документов, подтверждающих права собственности учредителей на имущество, вносимое в качестве вклада в уставный капитал | Договоры купли-продажи, патент авторские свидетельства, платежные и нотариальные документы |
| 1.6 | Проверка регистрации изменений учредительных документов | Копии о регистрации и перерегистрации учредительных |

| | | |
|-----|---|--|
| | | документов |
| 2 | Аудит формирования уставного капитала | |
| 2.1 | Проверка правильности отражения в бух. учете взносов в уставный капитал | Приказы, акты приемки, регистры бух. учета |
| 2.2 | Проверка наполнения уставного капитала по учредителям и по срокам | Копии учредительных документов хозяйственных операций |
| 2.3 | Проверка величины задолженности по вкладам в уставный капитал, величины собственных акций, выкупленных у акционеров | Регистры бух. учета, баланс |
| 2.4 | Проверка правильности оценки вносимых в уставный капитал материальных ценностей объектов недвижимости, прав и т.д. в качестве вкладов | Методики оценки протоколы собраний учредителей |
| 2.5 | Проверка бухгалтерского оформления вносимых в качестве вклада в уставный капитал материальных ценностей, объектов недвижимости. | Приказы, акты, регистры бух. учета, рабочий план счетов |
| 2.6 | Проверка бухгалтерского оформления при увеличении уставного капитала | Приказы, акты, регистры бух. учета, баланс, протоколы, отчет об изменении капитала |
| 2.7 | Проверка бухгалтерского оформления при уменьшении уставного капитала | Приказы, акты, протоколы, регистры бух. учета, баланс, отчет об изменении уставного капитала |
| 3 | Аудит расчетов с учредителями | |
| 3.1 | Проверка отражения расчетов с учредителями по счету 75 | Справки, регистры бухгалтерского учета |
| 3.2 | Проверка полноты и правильности расчета доходов, полученных учредителями | Расчеты, справки, регистры бух. учета, сметы |
| 3.3 | Проверка организации учета и выплаты дивидендов | Решение совета директоров, решение годового собрания акционеров |
| 3.4 | Проверка фактического поступления в качестве вкладов учредителей в уставный капитал оборотных и внеоборотных активов | Приказы, акты, счета, регистры бух. учета, баланс |
| 3.5 | Проверка фактического прибытия оборотных и внеоборотных активов в результате расчетов с учредителями | Протоколы, приказы, регистры бух. учета, акты, баланс |
| 3.6 | Проверка расчетов при выбытии из | Протоколы, справки, расчеты, |

| | | |
|-----|---|--|
| | состава учредителей | акты, баланс, регистры бух. учета |
| 4 | Аудит начисления, удержания и перечисления налогов и иных обязательных платежей | |
| 4.1 | Проверка правильности расчетов по НДС | НК РФ ч.2, гл.21, справки, расчеты |
| 4.2 | Проверка правильности расчетов по налогу на прибыль | НК РФ ч.2, гл.25. Отчет о прибылях и убытках, справки, расчеты |
| 4.3 | Проверка правильности расчетов по НДС/ФЛ | НК РФ, ч.2, гл.23, справки, расчеты, сведения |

Одним из наиболее важных процессов на стадии планирования является определение оптимального уровня существенности. Необходимость определения уровня существенности напрямую связана с выражением мнения о достоверности финансовой отчетности компании. Чем выше показатель уровня существенности, тем ниже аудиторский риск. [4, с.217]

При аудите формирования уставного капитала и расчетов с учредителями обычно выявляются следующие нарушения:

- В учредительных бумагах и реестрах бухучета содержится различающаяся информация об уставном капитале;
- Не все доли внесены в УК;
- В учредительной документации не зафиксированы произведенные изменения;
- Неправильное распределение дивидендов;
- Ошибки при расчете налогов;
- В структуре добавочного капитала не фиксируется НДС, начисленный при новых вкладах учредителей.

Завершая проверку, аудитор определяет, насколько существенны выявленные отклонения в учете по сравнению с требованиями нормативных актов. Если аудитор считает, что выявленные отклонения не оказывают существенного влияния на показатели отчетности в части собственного капитала, то он выражает мнение о достоверности этих показателей; если отклонения существенны, то они должны быть отражены в форме безоговорочно положительного или отрицательного аудиторского заключения.

Список литературы

1. Федеральный закон от 30.12.2008 N 307-ФЗ (ред. ред. от 09.03.2021) "Об аудиторской деятельности";
2. Приказ Минфина России от 06.10.2008 N 106н (ред. от 07.02.2020) "Об утверждении положений по бухгалтерскому учету"

(вместе с "Положением по бухгалтерскому учету "Учетная политика организации" (ПБУ 1/2008)";

3. Аудит: учебник для бакалавриата и специалитета / Н. А. Казакова [и др.]; под общей редакцией Н. А. Казаковой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 409 с.;

4. Петрова Е.А. Особенности методики аудита собственного капитала / Е.А. Петрова, Ямонулова Н.Э. // Научный вестник горно-алтайского государственного университета – 2020. – №15. – С. 216-221. URL: <https://elibrary.ru/>.

Старкова С.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефедова С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Торговля – огромная отрасль народного хозяйства. В данную область вовлечено почти все без исключения жители государства или в качестве продавцов, или в качестве покупателей. Под торговлей подразумевается хозяйственная деятельность по обороту, купле, а также продаже товаров. При этом в роли и продавцов, и покупателей могут быть юридические лица, индивидуальные предприниматели и физические лица без регистрации в качестве предпринимателей.

Ежедневно в деятельности торговой организации совершается большое число хозяйственных процессов, связанных с оборотом товаров: получение, перевозка вплоть до зоны реализации, приемка, выбраковка, погрузка и разгрузка, хранение, продажа, доставка покупателям, уценка, списание и другие.

Товары в торговой организации принадлежат к активам, предназначенным для продажи. Товары считаются материально-производственными запасами. Процедура получения, а также реализации продуктов напрямую связана с движением денежных потоков в организации, образованием и погашением задолженности продавцов и покупателей.

Ключевая цель оптовой торговли – систематически регулировать товарное предложение в согласовании со спросом.

Развитие розничной торговли в существенной степени способствует удовлетворению нужд жителей и оказывает воздействие на производство и потребление. В области розничной торговли завершается процесс обращения товаров, и они переходят в область личного потребления. Данная трансформация происходит путем купли-продажи.

Основной целью бухгалтерского учета в розничной торговле считаются:

- контроль над сохранностью товаров;
- своевременное предоставление руководству организации информации о фактическом валовом доходе, о состоянии товарных запасов и эффективности их использования.

Бухгалтерский учет предполагает высокоупорядоченную концепцию сбора, регистрации, а также обобщения данных в денежном выражении об имуществе, обязанностях организаций и их движении с помощью сплошного, непрерывного и документального учета всех хозяйственных операций.

Объектами бухгалтерского учета являются имущество организаций, их обязательства и хозяйственные операции, осуществляемые организациями в ходе их работы.

Главными целями законодательства Российской Федерации о бухгалтерском учете считаются: обеспечение единообразного ведения учета имущества, обязательств и хозяйственных операций, осуществляемых организациями; составление и представление сопоставимой и достоверной информации об имущественном положении организаций и их доходах и расходах, необходимой пользователям бухгалтерской отчетности.

Федеральный закон «О бухгалтерском учете» и Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации определяют главные принципы ведения бухгалтерского учета в России.

Необходимость двойной записи хозяйственных операций на счетах рабочего плана счетов, составляемого на основе Плана счетов, ратифицированного Министерством финансов РФ.

Учет объектов учета осуществляется в рублях и на русском языке. Первичные учетные документы, составленные на иных языках, обязаны обладать построчным переводом на русский язык.

В бухгалтерском учете текущие затраты на производство продукции, выполнение работ и оказание услуг осуществляются отдельно от затрат, связанных с капитальными и финансовыми вложениями.

Необходимость документирования хозяйственных операций. Первичные документы должны быть составлены в период совершения хозяйственных операций или сразу по окончании операции. Им важно и нужно включать в себя обязательные реквизиты и составляться по типовым формам или формам, утверждаемым руководителем

организации. Руководитель также утверждает правила документооборота и технологию обработки учетной информации.

С целью систематизации и накопления информации, содержащейся в учетных документах, применяются учетные регистры, формы которых разрабатываются Министерством финансов РФ, органами, которым дано право регулирования бухгалтерского учета, федеральными органами исполнительной власти или самой организацией при соблюдении ими общих методических принципов бухгалтерского учета. Содержание регистров бухгалтерского учета и внутренней бухгалтерской отчетности является коммерческой тайной.

Объекты учета подлежат оценке в денежном выражении. Оценка имущества, полученного за плату, осуществляется с помощью суммирования фактически произведенных затрат на его покупку; оценка имущества, полученного безвозмездно, – по рыночной стоимости на дату оприходования; оценка имущества, произведенного в самой организации, – по стоимости его производства. Использование иных способов оценки допускается в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации и нормативными правовыми актами Министерства финансов РФ и органов, которым предоставлено право регулирования бухгалтерского учета.

Обязательность проведения инвентаризации имущества и обязательств. Порядок проведения инвентаризации определяется руководителем организации, за исключением установленных законом о бухгалтерском учете случаев обязательного проведения инвентаризаций.

Для ведения бухгалтерского учета в организации формируется учетная политика в соответствии с установленными допущениями и требованиями.

Понятия «допущения» и «требования» также являются правилами ведения бухгалтерского учета. Они установлены ПБУ 1/98 «Учетная политика организации».

Список литературы

1) Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000г N 117-ФЗ.

2) Федеральный закон «О бухгалтерском учете » от 06.12.2011 N 402 – ФЗ.

3) План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организации. - М.: Издательство «Омега-Л», 2016. - 107с.

4) Бабаев Ю.А., Петров А.М. Бухгалтерский учет в торговле и общественном питании: Учеб. Пособие. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2017. - 352с.

Степнова С.А.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тулский филиал Финуниверситета

ТРЕНДЫ SMM-ПРОДВИЖЕНИЯ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА СОВРЕМЕННЫЙ БИЗНЕС

В современном мире конкуренция строится на увеличении информационных потоков. Без этого уже невозможно существование общества, как и бизнеса. В последние годы в деятельности малого, среднего и крупного бизнеса прочно укоренились digital-коммуникации.

«Digital-коммуникации – это современный способ целенаправленного взаимодействия с потребителем через цифровые каналы продвижения» [1]. Одним из важнейших элементов данного способа является продвижение в социальных сетях – Social Media Marketing. Для того чтобы обеспечить конкурентное преимущество, нужно уметь пользоваться новыми технологиями ведения данной борьбы, повышая знания новейших SMM-технологий. Следуя актуальным трендам нужно выходить за рамки стандартных контент-планов, развивая SMM-коммуникации. Так как технически социальные медиа-платформы постоянно развиваются, данная сфера считается крайне подвижной и любые тренды не будут оцениваться как что-то долгосрочное. Из этого следует понимать, что в изменчивой среде важной компетенцией специалистов в данной области является отслеживание новых тенденций и внедрение подходящих в коммуникационную стратегию компании.

Разберемся с понятием «социальные медиа» и что они в себя включают. По определению их можно описать как совокупность всех интернет платформ которые на основе онлайн-технологий предоставляют пользователям возможность устанавливать коммуникацию друг с другом и производить пользовательский контент [1].

Состоят социальные медиа из:

1. Социальных сетей
2. Сетевых сообществ
3. Блогов
4. Видео- и фото-хостингов
5. Онлайн-игр

6. Поисковых систем
7. Аудио подкастов
8. Досок объявлений
9. Мессенджеров

Из данного списка, мы можем понять, что SMM – это не только создание компании какого-то профиля в социальных сетях, но также работа и с другими видами Интернет-ресурсов.

После 2020 года образ жизни потребителей претерпел определенные изменения. Соответственно, поменялась модель поведения и профиль целевой аудитории. Основными параметрами SMM-продвижения, на которые стоит обратить внимание в данной ситуации это:

1. Персонализация. Этот параметр – как основа по возможности перехода от традиционных СМК к новейшим. Компании стараются найти максимальное количество своих возможных потребителей при помощи цифровых рекламных каналов (где учитывается его интересы, потребности, уровень платежеспособности и опыт). Огромный выбор параметров таргетинга может позволить максимально расширить целевую сегментацию аудитории.

2. Нативность. Данный параметр появился из-за того, что много пользователей научилось избегать контакт с рекламой при помощи технических барьеров. Однако брендам требуется поиск новых потенциальных потребителей. Таким образом, реклама возникла в следующих форматах: спецпроекты (тесты, квесты, игры или лонгриды); спонсорские публикации (тематические посты) и product placement (товар внедряется в аудио-, видео- или кинопродукцию).

3. Умная лента. Данный тренд основан на алгоритме ленты новостей в социальных сетях, где приоритетами являются публикации друзей; публикации тематические (ранее просмотренные) и остальные публикации, в том числе и брендинг. Получается, контент брендов остается на втором плане. И, следовательно, социальные сети вынуждают компании сильно вкладываться в рекламу, лишь бы появилась большая вероятность попадания в новостной ленте.

4. Преобладание видеоконтента. Прогнозируется, что к 2021 году порядка 75% мирового интернет-трафика будет приходиться именно на видео [1]. Набирающие популярность виды видео-публикаций – это live-видео или стриминги. Из-за слишком большого объема контента потребителей стало сложнее заинтересовать, но прямые эфиры взаимодействуют с аудиторией, а значит приближают бренд к целевой группе.

5. Исчезающих контент. Опять же из-за избытка информации брендам становится сложнее выделиться. Но один из способов улучшить положение дел – истории. Они представляют собой публикации вверху ленты, которые исчезают спустя 24 часа после их выставления на публику. В связи с этим у пользователей появляется срочность просмотреть публикацию, пока она не исчезла.

6. Дополненная реальность. Данный инструмент продвижения позволяет компаниям увеличить узнаваемость и повысить конверсию. Единственное важное условие – создание «полезных» масок, которые не только показывают деятельность компании, но и впишутся в жизнь пользователей.

Аналитика digital-коммуникации состоит из формирования особой специализации благодаря появлению механизмов измерения digital-инструментов и появлению специализированных аналитических агентств.

В завершении статьи следует еще раз упомянуть, что главной характерной чертой SMM является высокая скорость появления технологий. Компании находятся в постоянном поиске эффективных методов продвижения, а значит им следует постоянно следить за трендами в данной области и не прекращая оптимизировать коммуникационную стратегию.

Список литературы

1. Никитина О.О. Тренды SMM-продвижения и их влияние на решения бизнеса [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru>. (дата обращения: 30.05.2021)

2. Горошко А. SMM-тренды 2021 года: как продвигать бренд в соцсетях — Блог Crello [Электронный ресурс] <https://crello.com/ru> (дата обращения: 30.05.2021)

Субботина А.А.

Научн. рук.: докт. экон. наук, доц. Поляков В.А.

Тулский филиал Финуниверситета

DIGITAL-РЕКЛАМА: ПОТЕНЦИАЛ ВОЗМОЖНОСТЕЙ И РИСКОВ

На сегодняшний день самым перспективным и быстрорастущим направлением коммуникаций с потребителем является рынок digital рекламы. С каждым годом реклама в интернете лишь утверждает свои позиции, несмотря на трудности в ее развитии.

Сегодня компании по всему миру ежегодно тратят на digital рекламу более 250 миллиардов долларов. Это число только продолжает расти благодаря впечатляющему росту спроса на цифровую рекламу. А для компаний, которые хотят оставаться

конкурентоспособными, сейчас не менее важно использовать свою рекламную стратегию в Интернете.

Цифровая реклама - это целенаправленная, основанная на данных рекламная стратегия для охвата потребителей на каждом этапе воронки покупок и перемещения их с одного этапа на следующий.

Сравнивая традиционную и цифровую рекламы можно заметить, что они имеют несколько общих черт. Например, как и традиционная реклама, цифровая продвигает ваш бизнес, продукты и услуги, чтобы повысить узнаваемость бренда, продажи и многое другое. Однако digital-реклама использует цифровые, а не традиционные каналы. Вместо рекламных щитов и журналов ваши объявления появляются в Google, Facebook, YouTube и других интернет-платформах.

Интернет-реклама также поставляется с огромным количеством данных. Например, вы можете отслеживать эффективность своих кампаний в режиме реального времени. Кроме того, вы можете узнать о демографии, интересах и привычках людей, просматривающих ваши объявления и взаимодействующих с ними. Для сравнения, традиционная реклама обеспечивает абсолютный минимум, когда дело доходит до данных. У вас нет непосредственного представления о результатах вашей кампании. Например, рекламный щит может предоставить вашей команде почти нулевые данные.

Вот почему цифровая реклама часто кажется разумной альтернативой традиционной.

Компании используют цифровую рекламу по целому ряду причин, в том числе:

- Повышение узнаваемости бренда
- Улучшение продаж продукции
- Привлечение потенциальных покупателей
- Появление неоднократных, повторных покупок
- И т.д.

Когда вы используете цифровую рекламу, вы предоставляете своей компании измеримую и экономически эффективную стратегию, которая приводит к желаемым результатам.

В настоящее время преимущества цифровой рекламы только растут. К наиболее важным относят:

1. ЦИФРОВАЯ РЕКЛАМА ДОСТИГАЕТ ВАШЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

С помощью digital-рекламы вы обращаетесь (и направляете свои расходы на рекламу) к людям, которые действительно заинтересованы в вашем бизнесе. Используя параметры таргетинга, такие как местоположение, интересы и поведение, вы можете обеспечить, чтобы

ваши объявления фокусировались на людях, которые наиболее важны для вашего бизнеса. Не говоря уже о том, что с помощью цифровой рекламы в Интернете вы обращаетесь к людям, когда они хотят, чтобы их охватили. Вместо того чтобы пытаться привлечь их внимание на шоссе или улице, вы связываетесь с ними, когда они ищут ваш бизнес или исследуют продукты в вашей отрасли. Цифровая реклама привлекает людей в вашу компанию, а не подталкивает их к ней.

2. ЦИФРОВАЯ РЕКЛАМА ДАЕТ ИЗМЕРИМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Независимо от того, в автономном режиме или онлайн, вы хотите отслеживать свои рекламные инициативы. К счастью, легко отслеживать ваши усилия и результаты по digital-рекламе в Интернете. Цифровые рекламные платформы, такие как Google Ads, часто отслеживают ваши кампании для вас. Просто войдите в свою учетную запись и просмотрите свои данные. [3]

Данные цифровой рекламной кампании не только помогают вашей команде показать результаты вашей стратегии, но и найти возможности для улучшения. Например, если у вас есть низкоэффективная реклама, вы можете провести «мозговой штурм», чтобы повысить ее производительность.

3. ЦИФРОВАЯ РЕКЛАМА ПОДДЕРЖИВАЕТ ЛЮБОЙ РЕКЛАМНЫЙ БЮДЖЕТ

Независимо от того, управляете ли вы малым бизнесом или крупным предприятием, вы можете использовать цифровую рекламу.

По сравнению с традиционной рекламой, цифровая позволяет вашему бизнесу создавать бюджет. Вам не нужно выполнять конкретные бюджетные требования, чтобы запустить рекламный щит или транслировать телевизионную рекламу. Вместо этого вы решаете, сколько вы потратите (и сколько заплатите) за свою рекламу.

Многие рекламные онлайн-платформы также препятствуют схемам "оплата за выигрыш". Например, компания не может сделать более высокую ставку, чтобы получить лучшее размещение рекламы. Они также должны предоставлять релевантную рекламу и отличный пользовательский опыт. Эта модель ставок позволяет всем компаниям добиться отличного размещения объявлений, не предлагая непристойную сумму.

4. ЦИФРОВАЯ РЕКЛАМА ПРЕДЛАГАЕТ ВАРИАНТЫ, КОГДА ДЕЛО ДОХОДИТ ДО СТРАТЕГИИ

Независимо от вашего бизнеса, вам нужно больше вариантов для выбора, когда речь заходит о рекламе, будь то в автономном режиме или онлайн.

С цифровой рекламой у вас есть эти варианты. Вы можете запускать рекламу в Google, Facebook или YouTube. Не говоря уже о том, что вы можете выбирать между текстовой, графической и видеорекламой. Кроме того, вы можете настроить свои объявления с помощью расширенных параметров таргетинга, включая ремаркетинг. [3]

Ваша компания также может использовать digital-рекламу для различных целей, в том числе: повышение узнаваемости бренда, стимулирование продаж продукции, увеличение запросов на контакты и т.д.

Все эти опции обеспечивают вашей команде гибкость и универсальность, когда дело доходит до рекламы.

5. ЦИФРОВАЯ РЕКЛАМА ОБЕСПЕЧИВАЕТ МГНОВЕННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Когда ваша компания внедряет рекламу в цифровых медиа, вы можете ожидать немедленных результатов. Как только вы запустите свои платные кампании, вы сможете начать получать клики, заказы, телефонные звонки и многое другое. С помощью такого отслеживания ваша компания может легко увидеть влияние цифровой рекламы на ваш бизнес и его прибыль.

Если вы используете такую стратегию, как контент-маркетинг, например, может пройти несколько месяцев, прежде чем увидите увеличение трафика, новых потенциальных покупателей или покупки продуктов. Вот почему многие компании будут использовать стратегии цифрового маркетинга в координации с онлайн-рекламой.

В то время как цифровая реклама предлагает проверенный способ повышения узнаваемости бренда, привлечения трафика на веб-сайт и увеличения продаж, существует несколько проблем, которые компании должны иметь в виду. Понимание тенденций может помочь бизнесу обосновать свою стратегию на 2021 год и последующий период.

Несколько факторов, на которые следует обратить внимание, включают следующее:

➤ Блокировщики рекламы

Благодаря плохому таргетингу и спам-цифровой рекламе многие люди теперь используют блокировщики рекламы. К сожалению, такое поведение потребителей затрудняет поднимать охват аудитории цифровой рекламой. Однако вы можете использовать другие стратегии для связи с вашим целевым рынком.

Например, тактика цифрового маркетинга, такая как поисковая оптимизация (SEO), может помочь вашему бизнесу охватить

пользователей с помощью органических результатов поиска. Вы также можете использовать контент-маркетинг в координации с SEO для разработки контента, который ваш целевой рынок хочет читать и которым будет делиться с другими пользователями. Несмотря на то, что некоторые используют блокировщики рекламы, вполне возможно обойти эту проблему.

➤ Насыщенные рынки

Общий объем мировых расходов на рекламу в цифровых медиа превышает 200 миллиардов долларов. Такие расходы могут привести к переполнению рекламных платформ, особенно социальных сетей. Как онлайн-рекламодатель в 2021 году вы можете ожидать большей конкуренции. Однако это не означает, что вы должны игнорировать онлайн-рекламу. Создание конкурентоспособной и умной стратегии цифровой рекламы может помочь вашему бизнесу максимально использовать эту среду. Если вы делаете лучшую, более ориентированную на пользователя рекламу, чем ваши конкуренты, вы сможете заработать больше кликов, конверсий и продаж.

➤ Конфиденциальность пользователей

Конфиденциальность пользователей вызывает все большую озабоченность, о чем свидетельствует Общее положение о защите данных (GDPR) в Европейском союзе (ЕС). Независимо от того, работает ли ваша компания в ЕС или за его пределами, вам необходимо задуматься над этим.

Невозможно не заметить, что в современном мире все больше растёт потребность на продвижение высшего образования, в том числе и высших учебных заведений. Цифровая реклама в этих случаях является идеальным вариантом для привлечения нынешней молодежи. Однако не все ВУЗы считают данный способ продвижения действенным или попросту не видят в этом необходимости, что во многом затрудняет положение дел с новыми абитуриентами.

Целями подобных маркетинговых стратегий для учебных заведений является привлечение абитуриентов и удержание имеющихся студентов, повышение рейтинга на рынке среди конкурентов и увеличение продаж образовательных услуг.

В основном, вузы уделяют внимание только сайтам, но помимо рекламы сайта, также необходимо рассмотреть продвижение ВУЗа в сетях, например, в таких как ВКонтакте, Фейсбук, Твиттер, Инстаграм, YouTube и т.п. Нужно заметить, что немаловажным фактором является то, что целевую аудиторию практически не интересует пропаганда всевозможных достижений вуза и его руководителей, а также накручивание образовательных услуг. Многие организации

злоупотребляют этим, тем самым отпугивают людей и теряют их внимание.

Впрочем, уже многие крупные организации делятся своей деятельностью и новостями в соцсетях. И учебные заведения не являются исключениями. Такой вид связи обеспечит высокую скорость взаимодействия с потенциальными абитуриентами и нынешними студентами. Именно грамотное развитие соцсетей учебной организации может значительно увеличить репутацию и привлечь к себе внимание молодых людей, выбирающих место обучения.

Таким образом, digital-реклама вуза в наше время очень актуальна и, к тому же, является эффективным инструментом продвижения вуза и привлечения внимания к себе, что также не может не отразиться на приёмной кампании.

Список литературы

1. Александровский С.В., Казанькова Н.В. Инструменты digital-маркетинга в практике микро-, малого и среднего бизнеса // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2016. № 3. С. 206-216.

2. Бруган Крис. Формула эффекта. Как получить реальный результат в социальных медиа / Бруган Крис. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 106 с.

3. Вертайм, Кент Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий / Кент Вертайм, Ян Фенвик. М.: Альпина Паблишер, Юрайт, 2018. 384 с.

4. А. Бабаев Контекстная реклама / А. Бабаев, Н. Евдокимов, А. Иванов. М.: Питер, 2016. 304 с.

5. Потемкин, Александр Виртуальная экономика / Александр Потемкин. М.: ИД "ПоРог", 2018. 448 с.

Суханова Л.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тульский филиал Финуниверситета ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АУДИТА В РОССИИ

На сегодняшний день аудит является одним из важнейших институтов рыночной экономики. Рассматривая перспективу развития аудиторской деятельности в России следует отметить, что становление современного аудита началось с перехода экономики страны в рыночные отношения. В начале основные проблемы были связаны с отсутствием понимания в целом о направлении этой деятельности, а также с дефицитом квалифицированных кадров. В дальнейшем в связи

с развитием международных отношений в области экономики, встала необходимость в этом направлении развивать и усиливать финансовую (бухгалтерскую) отчетность, а также более плотно подойти к вопросам аудиторской деятельности, особенно тех субъектов экономики, которые рассматривают возможность перспективных экономических отношений с другими странами.

В течении всего периода становления аудиторской деятельности в Российской Федерации (далее РФ) велось много дискуссий и споров на тему перспектив развития в этом направлении, которое и сейчас не стоит на месте. Периодически Правительством РФ утверждаются концепции развития на будущие периоды. Процессы внедрения изменений в нормативно-правовую базу, регулирующую аудиторскую деятельность, привели к сокращению количества аудиторов и аудиторских организаций, уменьшению объемов аудита, изменению отношения клиентов к необходимости проведения аудита и, соответственно, к аудиту как к таковому. Несмотря на такие негативные тенденции, внедряются новые законодательные акты, регулирующие аудиторскую деятельность, направленные на изменение подходов к проведению аудита и его ориентацию на международный уровень. На фоне этого, несмотря на активизацию международного сотрудничества в сфере аудита, уровень вовлеченности представителей отечественного аудиторского сообщества в международную деятельность остается низким [5].

Внешние и внутренние пользователи крайне заинтересованы в достоверности информации подтвержденной уполномоченными лицами. Эта информация необходима для принятия важных управленческих или инвестиционных решений. Помимо всего прочего в процессе проведения аудиторской проверки выявляются узкие и проблемные места в компании, что также помогает в принятии решений по их устранению и повышению уровня конкурентоспособности. Хотя на мой взгляд такой формат отношений придерживается не большое количество предпринимателей. В нашей стране все-таки в большей степени считается, что аудит это чрезмерная мера контроля установленная государством, хотя и издаются новые изменения, которые в некоторой степени освобождают большое количество предприятий от обязательного аудита. Это утверждение можно подтвердить, рассматривая финансовые показатели, являющиеся критериями обязательного аудита в разрезе последних изменений (Рисунок 1) [4].



Рисунок 1. Финансовые критерии для обязательного аудита

Следует заметить, что под обязательный аудит не попадают лишь те предприятия, которые не только будут соответствовать финансовым критериям, но и другим, установленными иными федеральными законами [2].

Субъекты экономической деятельности собственники и инвесторы уменьшают значимость аудиторских услуг, в связи с чем и качество их в некоторой степени меньше, чем могла бы быть при других обстоятельствах. Ужесточение правил работы саморегулирующих организаций (далее СРО) аудиторов привело к их сокращению. В результате реформ, к 2021 году в РФ продолжила существование всего одна организация: Аудиторская Ассоциация Содружество. С одной стороны это соответствует международной модели, но с другой, аудиторы потеряли возможность выбора СРО и соответственно альтернативу по оплате членских и других взносов. Не смотря на это большинство законопроектов, разрабатываемых в области аудиторской деятельности, направлено на расширение полномочий контролирующих органов, т.к. существует необходимость усиления процедур, повышающих качество аудита [1].

Ситуация на рынке аудиторских услуг в большой степени определяется общими экономическими условиями. Определен перечень факторов, которые оказывают негативное влияние на этот сегмент рынка:

- состояние деловой и инвестиционной среды, в том числе сокращение притока новых клиентов и отток имеющихся;

- избыточная экономия при планировании хозяйственно-экономическими субъектами расходов на аудиторские и консалтинговые услуги;
- тенденции к снижению, либо фиксации на неизменном уровне цен на аудиторские и консультационные услуги;
- спад платежеспособности клиентов;
- ценовой демпинг;
- укоренившаяся годами практика проведения открытых конкурсов по закупкам аудиторских услуг [3].

Совершенствование основ функционирования рынка аудиторских услуг и поддержание его стабильности являются определяющими условиями дальнейшего развития института аудита.

31 декабря 2020 года Правительством РФ была утверждена Концепция развития аудиторской деятельности в Российской Федерации до 2024 года (далее – Концепция). Она представляет собой систему взглядов на дальнейшее развитие аудиторской деятельности в РФ на период до 2024 года. Концепция раскрывает цель, основные задачи и приоритетные направления развития аудиторской деятельности в РФ, механизмы, меры и действия по их реализации.

В целях совершенствования основ функционирования рынка аудиторских услуг, выбраны приоритетные направления развития аудиторской деятельности:

- развитие рынка аудиторских услуг;
- совершенствование системы регулирования аудиторской деятельности;
- консолидация аудиторской профессии;
- повышение квалификации аудиторов;
- совершенствование системы мониторинга аудиторской деятельности и контроля (надзора) за ней, а также практики применения мер ответственности за несоблюдение правил аудиторской деятельности;
- повышение вовлеченности отечественного аудиторского сообщества в международное сотрудничество.

Результатом реализации Концепции должно стать повышение роли института аудита в общенациональной системе финансового контроля и уровня востребованности его результатов. Следствием реализации Концепции будет повышение доверия к результатам оказания аудиторских услуг, качества этих услуг, конкурентоспособности отечественных аудиторских организаций, индивидуальных аудиторов и престижа аудиторской профессии.

Пользователи финансовой и нефинансовой информации, потребители аудиторских услуг, государственные органы, а также аудиторские организации, аудиторы заинтересованы в обеспечении добросовестного поведения на рынке аудиторских услуг. Важнейшими факторами обеспечения такого поведения являются своевременное выявление случаев недобросовестного поведения и неотвратимость соразмерного наказания в отношении недобросовестных аудиторских организаций, аудиторов. Создание условий для добросовестного поведения на рынке аудиторских услуг и активное противодействие недобросовестным аудиторским организациям, аудиторам позволят укрепить доверие к аудиторскому рынку, повысить престиж аудиторской профессии, а также будут способствовать обеспечению справедливой конкуренции на рынке аудиторских услуг, его стабильному функционированию и развитию.

Список литературы

1. Федеральный Закон «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 г. № 307-ФЗ <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 01.04.2021).

2. Федеральный закон "О внесении изменений в Федеральный закон "Об аудиторской деятельности" от 30.12.2020 N 498-ФЗ (последняя редакция) <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 01.04.2021).

3. Распоряжение Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. N 3709-р «Концепция развития аудиторской деятельности в Российской Федерации до 2024 года» <https://minfin.ru/>. (дата обращения: 04.04.2021).

4. Информационное сообщение от 11.01.2021 № ИС-аудит-37 официальный сайт Минфин России. https://minfin.gov.ru/ru/document/?id_4=132325-novoe-v-auditorskom-zakonodatelstve-fakty-i-kommentarii-is-audit-37 (дата обращения: 10.04.2021).

5. Крупнейшие аудиторские компании России: титаны бизнеса <https://aif.ru/boostbook/reiting-auditorskikh-kompanii.html> (дата обращения: 27.04.2021).

Суханова Л.А.

Научн. рук.: кон. экон. наук, доц. Шелобаева И.С.

Тульский филиал Финуниверситета

**ОРГАНИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО ДЕЛА ДЛЯ СОКРАЩЕНИЯ
НАЛОГОВЫХ РИСКОВ**

В настоящее время снижение налоговых рисков и оптимизация налоговых платежей является одной из приоритетных проблем

большинства налогоплательщиков, так как напрямую способствует финансовому благополучию объекта налогообложения.

Сегодня налогоплательщики сталкиваются с множеством налоговых рисков. От умения управлять налоговыми рисками зависит финансовая устойчивость организации.

Организации необходимо оценить свои налоговые риски, выбирая правильную методику управления налоговыми рисками, не забывая о специфике своего режима налогообложения.

Налоговый риск - это вероятность (угроза) потерь, которые может понести субъект экономики из-за неблагоприятного изменения налогового законодательства в процессе финансовой деятельности или в результате налоговых ошибок, допущенных при исчислении налоговых платежей.

Финансовые потери организации в части налоговых платежей являются: увеличение налоговой нагрузки, прямые денежные потери (пени, штрафы, недоимки), увеличение налоговых ставок, потери связанные с уголовными последствиями и судебными издержками организации, потеря положительной репутации во взаимоотношениях с контролирующими органами, и как следствие, риск частого возникновения любого рода проверок (камеральных, встречных, выездных).

Налогоплательщик может проконтролировать налоговые риски своей компании в процессе налогового планирования. В результате, которого налоговая нагрузка может быть уменьшена. При этом надо учесть, что существенное снижение налоговой нагрузки, более чем 15%, увеличивает налоговые риски.

В последние годы изменен подход к организации контрольной работы налоговых органов. Акцент сделан на комплексный анализ финансово-хозяйственной деятельности налогоплательщика, и, как следствие, отказ от тотального контроля и переход к контролю, основанному на критериях риска.

Среди критериев, перечисленных в приложении №2 к приказу ФНС России от 30 мая 2007 г. № ММ-3-06/333, налоговые органы, отбирая кандидатов на выездную проверку, используют показатели налоговой нагрузки и рентабельности. Ежегодно среднеотраслевые значения для них обновляются на сайте ФНС России в разделе «Контрольная работа» на странице «Концепция системы планирования выездных налоговых проверок».

П.4 Приказа ФНС России от 30.05.2007 N ММ-3-06/333@ (ред. от 10.05.2012) "Об утверждении Концепции системы планирования

выездных налоговых проверок" содержит критерии самостоятельной оценки рисков для налогоплательщиков[1].

Концепция предусматривает проведение налогоплательщиком самостоятельной оценки рисков по результатам своей финансово-хозяйственной деятельности по приведенным ниже критериям.

Общедоступными критериями самостоятельной оценки рисков для налогоплательщиков, используемыми налоговыми органами в процессе отбора объектов для проведения выездных налоговых проверок, могут являться [2]:

1. Налоговая нагрузка у данного налогоплательщика ниже ее среднего уровня по хозяйствующим субъектам в конкретной отрасли (виду экономической деятельности).

2. Отражение в бухгалтерской или налоговой отчетности убытков на протяжении нескольких налоговых периодов.

3. Отражение в налоговой отчетности значительных сумм налоговых вычетов за определенный период.

4. Опережающий темп роста расходов над темпом роста доходов от реализации товаров (работ, услуг).

5. Выплата среднемесячной заработной платы на одного работника ниже среднего уровня по виду экономической деятельности в субъекте Российской Федерации.

6. Неоднократное приближение к предельному значению установленных Налоговым кодексом Российской Федерации величин показателей, предоставляющих право применять налогоплательщикам специальные налоговые режимы.

7. Отражение индивидуальным предпринимателем суммы расхода, максимально приближенной к сумме его дохода, полученного за календарный год.

8. Построение финансово-хозяйственной деятельности на основе заключения договоров с контрагентами-перекупщиками или посредниками ("цепочки контрагентов") без наличия разумных экономических или иных причин (деловой цели).

9. Непредставление налогоплательщиком пояснений на уведомление налогового органа о выявлении несоответствия показателей деятельности, и (или) непредставление налоговому органу запрашиваемых документов, и (или) наличие информации об их уничтожении, порче и т.п.

10. Неоднократное снятие с учета и постановка на учет в налоговых органах налогоплательщика в связи с изменением места нахождения ("миграция" между налоговыми органами).

11. Значительное отклонение уровня рентабельности по данным бухгалтерского учета от уровня рентабельности для данной сферы деятельности по данным статистики.

12. Ведение финансово-хозяйственной деятельности с высоким налоговым риском.

При оценке вышеуказанных показателей налоговый орган в обязательном порядке анализирует возможность извлечения либо наличие необоснованной налоговой выгоды, в том числе по обстоятельствам, указанным в Постановлении Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 12.10.2006 N 53.

Систематическое проведение самостоятельной оценки рисков по результатам своей финансово-хозяйственной деятельности позволит налогоплательщику своевременно оценить налоговые риски и уточнить свои налоговые обязательства.

Исходя из приведенных выше критерий и показателей налоговых рисков можно определить основные пути их снижения:

1) Грамотная разработка и формирование учетной политики хозяйствующего субъекта для целей налогообложения. Учетная политика является хорошим защитным инструментом, так как представляет собой совокупность допускаемых налоговым законодательством способов ведения налогового учета. В учетной политике предприятия должны быть определены процедуры по оценке налогового риска, способы контроля его величины и меры по снижению.

2) Управление выполнением налоговых обязательств. Контроль за сроками и суммами исполнения налоговых обязательств.

3) Учет налогового риска при инвестировании, в связи с тем, что при реализации инвестиционного проекта возникают объекты налогообложения по основным видам налогов.

4) Создание резерва под обеспечение возможных штрафных санкций и пени в качестве меры самострахования.

5) Применение способа переплаты в спорной ситуации, тоже является способом избегания налоговых рисков, либо и вовсе прекращение всех действий и видов действий, ведущих к возникновению риска.

6) Постоянное, систематическое изучение изменений законодательства РФ относительно налогового, бухгалтерского учета и др, связанных с финансово-хозяйственной деятельностью организации, что позволит вовремя принять соответствующие решения по изменению порядка исчисления налога и в связи с этим,

недопущения ситуаций связанных неправильным расчетом суммы налогов.

7) Проведение мероприятий по повышению квалификации сотрудников организации, принимающих решения, связанные с осуществлением налогообложения, и ведущих налоговый учет, что также снизит вероятность ошибок при исчислении и уплате налогов. Для эффективного снижения налогового риска требуется высокий уровень квалификации бухгалтера, поэтому необходимо проводить взвешенную кадровую политику и предъявлять к уровню подготовки специалистов высокие требования.

8) Анализ, проводимый путем сравнения и сопоставления расчетов по налогам, позволит выявить признаки высокого налогового риска и своевременно принять необходимые управленческие решения.

9) Проведение анализа выявленных ошибок в осуществлении налоговых выплат и процедуры их исправления, позволит усовершенствовать методы налогового планирования на предприятии.

10) Систематическая работа с налоговыми органами (предоставление информации по запросам) в рамках разрешения сложных ситуаций и снижение вероятности конфликтов с налоговой инспекцией.

11) Проведение сверок с налоговой инспекцией по состоянию расчетов по налогам.

12) Проведение комплексного анализа контрагентов, а также договоров для оценки финансового риска, особенно в случаях расчетов с привлечением значительных средств. Экспертиза бухгалтером договоров, заключаемых предприятием с партнерами, на предмет соблюдения требований налогового законодательства позволит уменьшить отрицательные налоговые последствия, т.е. снизить налоговые риски.

Все эти способы ориентированы на строгое соблюдение положений налогового и бухгалтерского законодательства. Это даст возможность избежать ряд дополнительных проблем, связанных с налоговыми рисками и обоснованностью мер налогового планирования на предприятии. Таким образом, хозяйствующие субъекты в своей деятельности постоянно сталкиваются с налоговыми рисками.

Список литературы

1. Приказ ФНС России от 30.05.2007 N ММ-3-06/333@ (ред. от 10.05.2012) "Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок" [Электронный ресурс]. <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 05.02.2021).

2. Талейко К. Е. Пути снижения налоговых рисков [Электронный ресурс] // Молодой ученый. 2017. № 45 (179). <https://moluch.ru/archive/179/46439/> (дата обращения: 05.02.2021).

Суходолова Л. Р.

Науч. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С. В.

Тулеский филиал Финуниверситета

НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ СИСТЕМ САМООБСЛУЖИВАНИЯ

С каждым годом процент конкуренции возрастает. Ведения успешной и эффективной торговой деятельности невозможно без использования инноваций. Инновации в торговле – это набор определенных процессов, которые происходят внутри торгового предприятия и приводят к повышению конкурентоспособности предприятия, росту производительности труда и увеличению прибыльности [1].

Цель данной работы - изучение новейших технологий в сфере торговли в России. А так же анализ проблемам, с которыми приходится сталкиваться при их внедрении. Функциональность разработанных технологий направлена на более качественное, быстрое обслуживание клиентов, удержание конкурентных цен на товары. Эти факторы не только помогают сохранить наработанную клиентскую базу, но способны привлечь новых потребителей. Внедрение новых ИТ технологий позволяет более эффективно управлять и распределять товар, контролировать бизнес-процессы, регулировать взаимоотношения с покупателями и др. Их ценность достаточно высока, так как диапазон применения информационных систем очень широкий – это и сканирование штрих-кода товаров, внедрение электронных ценников и безналичного расчета, автоматизация логистических процессов и процессов обслуживания покупателей (использование дисконтных карт, внедрение касс самообслуживания, оперативное информирование клиента о товаре и т.п.).

В качестве конкурентного фактора на первый план выведем не ценовой фактор, а фактор качественного сервисного обслуживания. Здесь подразумевается возможность быстрого обслуживания, автоматизированное управление поставками, информированность клиента о статусе заказа. Анализирую обстановку на данный момент, нельзя не отметить, что большинство операций в сфере торговли выполняется вручную. Поэтому можно сказать, что инновационные процессы сейчас находятся на этапе динамичного развития. Так же можно наблюдать следующие тенденции:

- с развитием искусственного интеллекта стало возможным быстро собрать статистические данные о покупках, анализировать выбор потребителей и изучать их поведение. Кроме этого, позволяет оптимизировать работу персонала, значительно сократить количество работников и расходы на оплату труда.

- рост безналичного расчета ускоряет процесс обслуживания.

В торговле инновации делятся на продуктовые и процессные. Исходя из названия, первые предполагают привлечение ресурсов для производства принципиально новых товаров. Процессные инновации, в свою очередь, предусматривают использование новых методов производства товаров за счет внедрения нового оборудования.

Когда мы говорим о развитии торговли и внедрении инноваций в эту сферу, важно учесть, что она делится на оптовую и розничную[2]. На рынке появился ряд оптовых торговых точек с ограниченным перечнем услуг. Примерами таких магазинов могут стать «Метро», «Светофор» и др.

Уже действующие предприятия такого типа обеспечивают качественно более высокий уровень обслуживания клиентов с использованием новейших технологий. Нельзя не отметить появление паллетных стеллажей, на которых представлена продукция; мягкие контейнеры; высотные склады; устройство направления и движения паллет и множество других. Помимо выше перечисленного, удобным является наличие касс самообслуживания. Возможность избежать очереди и отследить цены на товары стала реальной.

Что касается розничной торговли, то здесь инновации сегодня связаны с появлением новых форм и видов торговли. Жизнь без сетевых магазинов, таких как «Манит», «Пятерочка» и др., уже мало кто может представить. В их практике стала появляться электронная торговля, дистанционная торговля, торговля в виде прямых продаж и др. Такие виды торговли поддержал Сбербанк, организовав платформу по доставки продуктов под названием «СберМаркет». Сравнительно новой формой розничной торговли является вендинг. Данная форма представлена автоматами, расположенными по всему городу, как в учебных заведениях, так и в клиниках и различных магазинах. В вендинге используется механизм выдачи товаров, например, напитков и шоколада, за деньги, опущенные ранее в автомат.

Среди наиболее перспективных IT-технологий можно выделить следующие направления:

1) Технология RFID-меток – это особенные радиометки с уникальными идентификаторами для каждого товара, с его описанием, которые считываются с помощью радиоволн. RFID-метки позволяют

отслеживать наличие товаров, контролировать сроки годности, товародвижение по магазину, сократить количество краж, осуществлять бесконтактный расчет и др. Однако, полность потенциал данной технологии будет раскрыт лишь при одновременном использовании умной тележки, касс самообслуживания и кассовых операций [3].

2) Электронные ценники – жидкокристаллические дисплеи, отображающие актуальную информацию о товарах, их цену в режиме реального времени, состояние из микросхемы, экрана, системы автономного питания, модуля радиуправления. Использование таких ценников позволяет значительно сэкономить время, использование труда (в среднем за 1 час может обновиться более 30 тысяч цен). Кроме этого, снижается доля конфликтов из-за несоответствия цен, повышается качество обслуживания клиентов, что делает их более лояльными [4].

3) Умная корзина – обычная покупательская корзина оснащенная сканером штрих-кода товара и дисплеем, которые считывают информацию RFID-меток, автоматически проверяя сроки годности и суммируя всю сумму покупки.

Использование большего числа IT-технологий увеличивает вероятность возникновения угроз, связанных с информационной безопасностью. Современные информационные системы – привлекательные объекты для нападения, а постоянное усложнение программ приводит только к росту уязвимостей и количества ошибок.

Таким образом, использование IT-технологии в торговле является важнейшим инструментом развития предприятий. В работе были рассмотрены современные технологии, позволяющие повысить качество обслуживания клиентов, автоматизировать бизнес-процессы. Для внедрения новых технологий руководителям необходимо решить ряд потенциальных проблем, рассмотренных выше. Предприниматели торговых объектов должны четко представить, какой они видят компании в будущем, оценить свои ресурсные возможности и выбрать направление развития, позволят ее автоматизировать задачи будущего.

Список литературы

1. Ахметгареева А.А. Инновационное развитие как основа развития розничной торговли // [Электронный ресурс] журнал «Российское предпринимательство» № 11 (209). – 2012. Режим доступа: <https://bgscience.ru/lib/7529/>
2. Современные IT-технологии для торговли [Электронный ресурс] / 2018 – Режим доступа: <http://upravleniye-zakupkami.ru/современные-it-технологии-дляторговли/>

3. Как работает технология RFID? [Электронный ресурс] / 2018 – Режим доступа: <http://juice-health.ru/technology/technology-explained/742-how-does-rfid-work>

4. Как магазины заманивают покупателей: электронные ценники [Электронный ресурс] / 2018 – Режим доступа: <https://habrahabr.ru/company/pilot/blog/325032/>

Суходолов Л. Р.

Научн. рук.: докт. экон. наук, доц. Поляков В. А.

Тулский филиал Финуниверситета

РЕИНЖЕНЕРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ, КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Управленческую теорию реинженеринга начали разрабатывать во второй половине 80-х годов. Фундамент теории заложили в США в 1984-1990 гг. Уже в 90-х годах реинженеринг привлек внимание многих специалистов по менеджменту. Считается, что данный термин ввел М. Хаммера, он использовал его в своей статье "Реинжиниринг традиционных методов работы: не автоматизируйте их, а отвергайте". Методологию реинженеринга начинают использовать в своей работе крупнейшие компании начиная со второй половины девяностых годов. К ним можно отнести: Кодака, Г. Форда, Джэнерала Моторса, Хьюллеи-Паккарда и др. Активно применяются его идеи и в финансовых секторах: страховых компаниях, банках, инвестиционных институтах.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в условиях динамичного изменения внешних и внутренних факторов компании, меняются потребности клиентов, возрастает конкуренция и многое другое. Названные факторы вынуждают компанию искать новые пути, которые помогут обеспечить высокое качество и конкурентоспособность продукции. Эффективным методом улучшения системы управления является описание и регламентация бизнес-процессов. Реинжиниринг является неотъемлемой частью экономического и бизнес образования во всем мире. На данный момент он стал одним из главных способов решения проблемы функционирования предприятий [3, с. 55]. В сфере применения реинжиниринга, благодаря практике и наблюдениям исследователей накоплен большой опыт. О нем написаны десятки книг и проводится множество тренингов, посвященных реализации данного экономического явления.

Иными словами реинжиниринг бизнес-процессов – это переосмысление, моделирование, оценка экономической

эффективности бизнес-процессов предприятия с последующим их перепроектированием. Представляет собой отдельный проект по разработке принципиально новых и упрощенных бизнес-процессов взамен неэффективных старых. Проводится на базе новейших достижений в сфере информационных технологий и менеджмента. Именно благодаря им и происходит замена долгого заполнения различных документов, на быстрый, структурированный и организационный процесс принятия и обработки информации. Объектом реинженеринга являются именно процессы, а не компания. Фундаментальное переосмысление направлено не только на внешние процессы, но и на внутренние, что поможет заменить существующие технологии и повысить эффективность производства.

Задачей реинжиниринга [1, с. 68]. является описание бизнес-процессов компании, распределение функций и обязанностей сотрудников, подразделений компаний и формирование системы коммуникаций. Разработка системы документооборота, внедрение информационных технологий, создание системы подбора, обучения и развития персонала, разработка и внедрение системы материального стимулирования. Выполнение этих задач осуществляется с целью достижения резких скачкообразных улучшений для повышения уровня обслуживания клиентов, достижения нового финансового уровня [2, с. 68]. Часто, для достижения наилучшего результата реинжиниринг используется в совокупности с традиционными уровнями совершенствования. На рисунке 1- Последовательность стадий преобразований компании отображены стадии процесса преобразования компании.

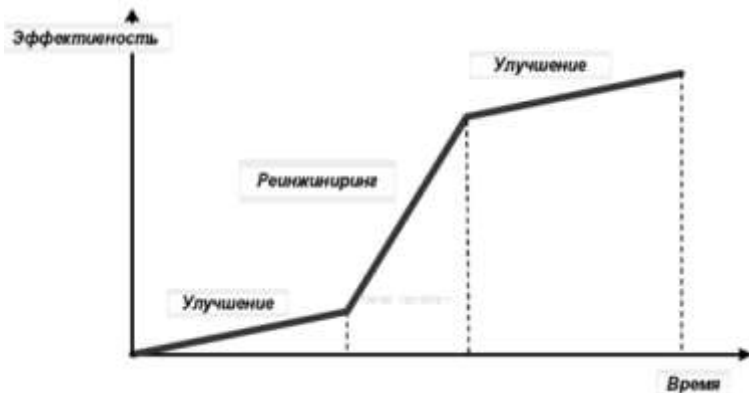


Рисунок 1- Последовательность стадий преобразований компании

Важно отметить еще несколько положительных результатов после практической реализации реинженеринга:

- контроль персонала заставляет их делать работу добросовестно;
- ликвидация не используемых средств;
- быстрая обработка заявок сокращает нереализуемые закупки товаров;
- появляется возможность сократить ошибки во время оформлении платежей на 50%;
- повышается качество взаимодействия между сотрудниками и подразделениями компании;

Так, благодаря грамотному перепроектированию бизнес-процессов потенциальной становится возможным заложить механизм улучшения динамики эффективности производства, и избавиться от проблем, с которыми приходится сталкиваться российскому менеджменту.

О целесообразности и необходимости проведения реинженеринга может говорить: значительно высокая цена на низкокачественный товар, в отличие от конкурентов; изменение вкусов и требований потребителей; появление новых конкурентов. Так же существуют компании-лидеры, которые с помощью реинженеринга избегают возникновения проблем и отличаются своей высокой эффективностью и спешностью.

Разработаны несколько более действенных методологий, наиболее известными являются следующие:

1. Методология структурного анализа и проектирования (SASD) – сформирована в традиционной и очень эффективной методологии структурного проектирования программного обеспечения и информационных систем.

2. Методология SADT – предполагает собой дальнейшее совершенствование методологии структурного анализа и проектирования [1, с. 111].

3. Методология IDEF – это, вероятно, максимально основательно отработанная и наиболее обширная методология, позволяющая характеризовать не только бизнес-процессы, но и функциональные блоки.

В настоящее время начинается распространение консалтинговых услуг и инструментариев по реинжинирингу и на российский рынок. Отечественный опыт использования реинжиниринга продемонстрировала, что данный метод нужен, в особенности в условиях проведения всемирной экономической реформы и интенсивного внедрения России в мировую

экономическую систему.

Инструментами, которые облегчают процесс проведения реинженеринга, являются ИТ технологии. Автоматизируя основные этапы, не только упрощается процесс моделирования, но и позволяет анализировать модели, выявлять характеристики моделируемых бизнес-процессов. Это обеспечивает возможности устранения лишних управленцев, сокращение времени на обмен документами и проведение встреч и совещаний. По новому организуется и распределяются права и обязанности работников: на первый план становится самостоятельность, самореализация, нацеленность на конечный результат. Но существует исключение: простая автоматизация не только не приведет к значительному успеху, но и усложнит процесс проведения коренных преобразований в будущем. Этот факт обусловлен запоминанием процессов компьютером.

Одним из примеров успешного реинженеринга является «Ford Motors». Усовершенствовав и автоматизировав процесс оплаты счетов, позволил устранить накладную и департамент оплаты счетов. Это повлияло на сокращение количества сотрудников: всего было задействовано 125 человек.

Таким образом, главная задача реинжиниринга выявить проблемы и барьеры на пути успешной торговли и помочь предприятию повысить эффективность. Ученые, которые занимались реинжинирингом бизнес-процессов, внесли большой вклад в его развитие. Ученые, которые занимались реинжинирингом бизнес-процессов, внесли большой вклад в его развитие, разработали различные методологии, облегчающие работу инженерам и работникам организации. В настоящее время и в России и за рубежом применяют реинжиниринг бизнес-процессов, чтобы повысить производительность и выявить недостатки предприятия. Результативность по осуществлению проект по реинженерингу бизнес-процессов во многом обусловлен достаточным количеством выделенных ресурсов. Основное внимание руководство должно быть сфокусировано именно на этом процессе, поэтому важно исключить сопровождение других проектов. Так как эти факторы будут препятствовать проведению реинженеринга в короткие сроки. Еще немаловажное условие – финансирование или инвестирование.

В условиях пандемии реинженеринг стал практически единственным средством спасения бизнеса. В связи с объявлением карантина практически все свое время люди проводили дома, но потребности на самые различные товары возросли. Согласно

статистике большинство продавцов вышли на маркетплейсы. Самые распространенные это «Wildberries», «Ozon» и др. Это удобные сервисы для покупки многих видов товаров. Данный пример иллюстрирует, как реинженеринг спасает бизнес и делает его успешным.

Список литературы

1. Блинов, А.О. Реинжиниринг бизнес-процесов: Учебное пособие / А.О. Блинов, О.С. Рудакова, В.Я. Захаров. - М.: Юнити, 2016. - 335 с.
2. Робсон М., Уллах Ф., Реинжиниринг бизнес-процессов / М. Робсон, Ф. Уллах // 2010. – 110 с.
3. Уткин Э.А. Бизнес-реинжиниринг. Обновление бизнеса/ Э. А. Уткин – М.: ЭКМОС, 2008. – 281с.

Тимохина Е.А.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тулский филиал Финуниверситета

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Сегодня на рынке финансовых услуг достаточно большое количество финансовых технологий. Отрасль финтеха расширяет свои границы в области финансовых услуг.

В результате слияния секторов финансовых услуг и новых технологий возникает сектор FinTech или финансовых технологий. Данная отрасль фокусируется на инновационных "пользовательско-ориентированных" решениях в таких сегментах финансового рынка, как розничный и корпоративный банкинг, страхование, брокерские услуги и т.д. В последние годы индустрия финтеков сильно развивалась, достигнув новых высот в финансировании и в 2020 году достигла стоимости 42,6 миллиардов долларов.

Стремительное развитие высоких технологий связано с повышением осведомленности потребителей об этих услугах. Например, треть потребителей во всем мире регулярно пользуются услугами fintech (Paypal, услуги мобильных платежей, покупки по кредитным картам онлайн, крипто-валюта и т.д.), при этом 84% из них знают о том, что они пользуются услугами fintech. Согласно Индексу внедрения технологий, в мире в 2020 году, треть потребителей пользуются, по крайней мере, двумя и более услугами в области высоких технологий, и эти потребители также все больше осознают важность высоких технологий в своей повседневной жизни.

Акции — растут. Индекс широкого рынка в США S&P 500: +15%. Не так уж много по сравнению с 2019 годом (тогда было почти

30%). Но стоит иметь в виду весенний коронавирусный провал в 34% (февраль–март). И для тех, кто сумел "поймать падающий нож" и купить на минимумах, — рост на сумасшедшие 65% менее чем за 9 месяцев.

За средней цифрой 15% скрывается медленный рост, а то и спад компаний традиционной экономики (автомобильные, коммунальные и т. п.) и безумный взлёт технологических. Рост "Теслы" более чем в 8 раз за 2020–й. Twitter, Amazon, Apple — рост 70%+. Microsoft, Facebook, Alphabet (Google) — 30%+.

Отрасль финансовых технологий растет четвертый год подряд. Аналитики предположили, что тенденция продолжится и в 2021 году.

Ликвидность финтех-рынка в течение 2021 года может достигнуть \$100 трлн. К такому выводу пришли аналитики TechCrunch на основе динамики индекса Matrix Fintech Index.

По расчетам TechCrunch, финтех-рынок демонстрирует рост четвертый год подряд. В 2021 году, по мнению аналитиков, рынок сохранит позитивную динамику. В случае, если прогноз экспертов окажется верным, финтех-сегмент сможет достигнуть \$100 трлн ликвидности.



Рисунок 1. Matrix Fintech Index [4]

- Matrix Fintech Index – взвешенный по рыночной капитализации индекс, который отслеживает динамику портфеля акций 25 крупнейших публичных компаний в области финансовых технологий. За 2020 год показатель вырос на 97%. Для сравнения: S&P 500 увеличился лишь на 14%.

- Интерес инвесторов к финтеху эксперты объяснили тем, что в период пандемии пользователи искали цифровые альтернативы традиционных банковских продуктов.

- TechCrunch обратили внимание, что в прошлом году в финтех-сегмент менялся под давлением пандемии коронавируса. Согласно наблюдениям аналитиков, активно развивался сегмент электронной коммерции, благодаря чему в мире выросла популярность торговых онлайн-платформ.

- Рост курса bitcoin также способствовал развитию финтех-сегмента рынка, считают в TechCrunch.

Генерация, хранение и передача информации являются одним из основных элементов деятельности финансового сектора. Финансовые требования и обязательства клиентов отражаются в виде битов данных, платежи и операции осуществляют с помощью информационных потоков, а анализ данных помогает финансовым организациям эффективнее оценивать кредитоспособность заемщиков. Это только часть примеров, показывающих, насколько финансовая индустрия основывалась на обработке данных. Это и объясняет, почему изначально финансовый сектор один из секторов, в которых больше всего инвестиций направлялось в информационно-коммуникационные технологии. Информационно-коммуникационные технологии в финансовом секторе и называют финтехом.

Рассмотрим степень внедрения финансовых технологий на финансовом рынке [2].

1. Платежи Одной из основных функций традиционных финансовых учреждений является организация платежей. PayPal – одна из первых фирм, которая создала веб-систему, основанную на том, что пользователи будут отправлять платежи друг другу, без необходимости открывать сложные банковские счета. Позже компания расширила свой сервис до мобильных устройств. Это революционизировало процесс оплаты и полностью изменило традиционный способ банковского дела. По состоянию на январь 2021 год PayPal является компанией с годовым доходом 12 миллиардов долларов и 210 миллионами активных пользователей [2].

В дальнейшем также были запущены Alipay, китайский платежный сервис, основанный в 2012 году и на сегодняшний день обслуживающий более 451 миллиона активных пользователей, и Ruym, созданный в Индии и быстроразвивающийся сервис. Сегодня аналогичными сервисами пользуются люди по всему миру, но и эта технология уже начала развиваться дальше. Была создана система прямых платежей, которая не будет проходить через традиционные финансовые институты. По сути, две стороны могут эффективно проводить прямой платеж, используя онлайн-блокчейн информации. Поддержание точности информации достигается

компьютерами, а наградами являются «биткойны», генерируемые усилиями по бронированию. Блокчейн – это, по сути, глобальная анонимная защищенная запись регистра данных. Многие криптовалюты были изобретены на основе блокчейна, включая самую известную биткойн. Несмотря на все опасения высокой волатильности и отсутствия государственного надзора, блокчейн, скорее всего, выживет и будет процветать, что приведет к новой волне платежных каналов.

2. Займы и кредиты В дополнение к платежам, выдача кредитов и займов является еще одной ключевой функцией современной финансовой системы. Однако традиционные банковские услуги связаны с рядом проблем для многих слоев общества. В США компании, занимающиеся займами и кредитами, решили эту проблему с помощью городской и технологически ориентированной пользовательской базы. Lending Club – это одноранговая кредитная платформа. Концепция очень проста, люди могут выходить в интернет и брать кредиты непосредственно у других пользователей.

Со времени основания Lending Club в Сан-Франциско в 2006 году компания выросла до 1500 сотрудников и 400 миллионов долларов дохода в 2020 году. Что еще более важно, Lending Club смог кредитовать под процентную ставку до 6%, что было существенно ниже, чем процентная ставка, взимаемая традиционными фирмами или банками кредитных карт. Такого рода платформе необходимо создать систему оценок, чтобы оценивать доверие к сотням тысяч заемщиков и позволять заемщикам получать дифференцированную процентную ставку, основанную на их индивидуальной кредитоспособности. И такой инструмент уже применяется в Китае кредитной платформой Sesame Credit. Она использует онлайн-информацию для получения кредитного рейтинга пользователей и предоставления им доступа к финансированию за счет хорошего кредитного рейтинга [1, с.124].

С момента запуска платформы уже 130 миллионов человек использовали систему для заимствования небольших кредитов. Очевидно, что традиционные финансовые институты не желают уступать чрезвычайно прибыльный бизнес технологическим фирмам. Многие из них пытаются изучить и создать дочерние компании, чтобы снова конкурировать с кредитными клубами мира. И это подталкивает к развитию всю отрасль.

3. Инвестиции Одной из причин резкого роста числа новых инвестиционных компаний в сфере финансовых технологий является низкое качество услуг, которые предлагают традиционные инвестиционные консультанты. Первым альтернативные решения для

денежных рынков предложил PayPal, который расширился до бизнеса фондов денежного рынка, чтобы обеспечить выбор инвестиций для своих пользователей. Yu'E Bao был создан в Китае в 2013 году на основе модели PayPal. За три года работы Yu'E Bao привлекло более 152 миллионов пользователей с общими активами в 720 миллиардов китайских юаней (примерно 108 миллиардов долларов).

Смена парадигмы в инвестициях в акционерный капитал заключается в том, что инвесторы, как крупные учреждения, так и мелкие розничные инвесторы, оставляют взаимные фонды и переходят к пассивной индексации. Betterment, вероятно, первый робо-эдвайзер, который начал свою работу в 2008 году и сосредоточился на использовании пассивной индексации для инвесторов. По существу, инвесторам рекомендуется применять Теорию современного портфеля, которая направлена на оптимальное распределение капитала на основе толерантности к риску. Никаких отдельных акций или облигаций не требуется. Все инвестиции направляются в пассивные индексные ETF. Кроме того, некоторые крупные традиционные инвестиционные банки и фирмы по управлению активами открыли свой собственный бизнес-консультант по робототехнике. Vanguard – это крупная фирма по управлению активами, которая специализируется на фондах пассивного индекса, в частности индексных фондах S&P 500. Важно отметить, что робо-эдвайзер не предназначен для того, чтобы «превосходить» традиционные инвестиции. Он предназначен для предоставления лучшего пользовательского опыта по сравнению с традиционными брокерскими услугами. Многие робо-эдвайзеры опираются на традиционную теорию управления портфелем. Однако недавний технологический прорыв сделал возможным использование искусственного интеллекта на инвестиционной арене.

Двумя ключами к успешному инвестированию в ИИ являются большие данные и возможности вычислений. QPlum является одним из примеров искусственного интеллекта в мире инвестиционного консультирования. Компания основана Гауравом Чакраворти, ранее успешным высокочастотным трейдером в Tower Research. Его подход в QPlum, по существу, объединяет искусственный интеллект с наукой о данных [3].

Несмотря на то что у многих стартапов в сфере финансовых технологий не хватает традиционного банковского опыта или капитала, государства в большинстве азиатских стран были относительно непредубежденными и готовы адаптировать нормативную базу к новой среде.

Список литературы

1. Цифровая экономика: 2021 : краткий статистический сборник / Г.И. Абдрахманова К.О. Вишнеvский, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2021. 124 с.
2. Цифровое будущее: финансы и развитие. 2021.
3. Развитие финансовых технологий. Сайт Банка России.
4. Matrix Fintech Index: 2021 Edition [Электронный ресурс]: <https://viewpoints.matrixpartners.com/matrix-fintech-index-2021-6bab2ea5a2f6>

Толстиков С.И.

Научн. рук.: докт. экон. наук, доц. Поляков В.А.

Тульский филиал Финуниверситета

МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ

В условиях развития информационных и коммуникационных технологий традиционная реклама приобрела мощного конкурента в виде рекламы в Интернете. Печатная реклама, различные справочники, листовки и буклеты, конечно же, еще привлекают клиентов, но все более серьезных успехов можно добиться, если включить в медиаплан мероприятия по продвижению компании и ее продукции в сети Интернет. Сделать это можно как при помощи виртуальных аналогов традиционной рекламы, например, баннеров и объявлений, так и средствами продвижения в сети сайта компании, в том числе и с помощью поисковых систем. Рассмотрим традиционные способы продвижения продукции в Интернете.

Поисковая оптимизация и продвижение сайта (англ, search engine optimization, SEO) – процесс корректировки программного кода, информационного наполнения (контента), структуры сайта, контроля внешних факторов для соответствия требованиям алгоритма поисковых систем с целью поднятия позиции сайта в результатах поиска в поисковых системах по определенным запросам пользователей [1. с. 27]. Цель поисковой оптимизации – сделать так, чтобы содержание сайта индексировалось поисковыми системами. Компании нанимают специалистов для анализа и покупки ключевых слов у поисковых систем, чтобы при запросе сайт компании выходил на первую страницу в поисковых результатах.

Контекстная реклама – вид размещения интернет-рекламы, в основе которой лежит принцип соответствия содержания рекламного материала контексту (содержанию) интернет-страницы, на которой размещается данный материал. Это более интеллектуальный подход к размещению 2 рекламы, более релевантный, чем баннерная реклама [1.

с. 53-54]. Контекст может быть текстовым, а может включать картинки или элементы медиа. Контекстная реклама часто встречается на веб-сайтах или блогах, а также на сервисах электронной почты.

Rich-media – это формат баннера нового поколения. Данный формат представляет собой интерактивные рекламные ролики, созданные по технологии Flash. Благодаря rich-media появилась возможность использовать анимацию, звук, многоссылочность (с одного баннера ссылки могут вести на разные разделы сайта), возможность интерактивного общения с пользователями и многие другие преимущества, недоступные для традиционных баннеров [1. с. 79].

Продвижение сайта в социальных медиа – это комплекс мер, направленных на привлечение на сайт посетителей из блогов, социальных сетей и т.п. Появление этого термина принято связывать с публикацией Рохита Баргавы (Rohil Bhargava), в которой автор сформулировал пять правил продвижения сайта в социальных сетях [2. с. 4]: 1) повышать ссылочную популярность, т.е. создавать такие сайты и выкладывать такой контент, на который будут ссылаться; 2) упростить добавление контента с сайта в социальные сети, закладки, RSS-агрегаторы и т.п.; 3) привлекать входящие ссылки, поощрять тех, кто ссылается; 4) обеспечить экспорт и распространение контента со ссылками на источник; 5) поощрять создание сервисов, использующих контент.

Продвижение сайта в социальных медиа можно разделить на три направления – изменение (оптимизация) самого сайта, маркетинг в социальных медиа, реклама в социальных сетях.

Оптимизация под социальные сети (англ. Social media optimization, SMO) – комплекс чисто технических мероприятий, направленных на преобразование контента сайта таким образом, чтобы его можно было максимально просто использовать в сетевых сообществах (форумах, блогах).

Маркетинг в социальных сетях (англ. Social media marketing, SMM) – продвижение чего-либо в социальных медиа (блогах, форумах, сетевых сообществах) [2. с. 23-24].

В связи с нарастающей популярностью социальных сетей, становится все более привлекательным размещение рекламы в них. На данный момент реклама в социальных сетях (англ. Social Ads) использует информацию профиля пользователя и размещает релевантные для него объявления.

Продвижение в социальных сетях имеет ряд существенных преимуществ по сравнению с другими методами интернет-маркетинга.

К таковым, прежде всего, стоит отнести эффект от размещения ссылок на ресурс компании. Реклама в блогах на известных площадках способна дать намного больше, чем размещение ссылок на главных страницах родственных сайтов [2. с. 57].

При рассмотрении всех традиционных способов, можно сделать вывод, что в интернет-маркетинге все взаимосвязано. Саму рекламу запустить в интернете не сложно, но, если вы плохо понимаете, как это работает, у вас могут возникнуть трудности. Например: если правильно настроить SEO, но при этом будет плохо оформлен сайт или социальные сети, то реклама не будет работать на полную.

Мое предложение использовать все ресурсы интернет-маркетинга по максимуму, прописывать все и везде. Делать качественный контент, продолжать его поддерживать и обновлять.

При максимальном использовании всех ресурсов интернетмаркетинга будет и максимальная отдача.

В заключении мое предложение по улучшению запуска рекламы в интернете:

1. Использовать все возможности интернет-маркетинга
2. Делать качественный контент (сайт, социальная сеть и т.п.)
3. Красиво оформлять (сайт, социальные сети и т.п.)
4. Использовать везде СТА (призыв к действию)
5. Правильно настраивать рекламу (лучше обратиться к профессионалам)
6. Постоянно проводить аналитику и искать сильные и слабые стороны.
7. Мониторить передвижения по вашему сайту и следить на каких товарах останавливаются чаще (для онлайн-магазинов и доставки еды)
8. Следить за изменениями алгоритмов на Яндекс, Google, Instagram и т.п.
9. Точно указывать свою аудиторию и геолокацию, где вы можете выполнять услуги или продавать товар.

Если использовать данные рекомендации, то вы значительно увеличите переходы по вашей рекламе аудитории, которая заинтересована в вашем продукте, а впоследствии увеличите свою прибыль.

Список литературы

1. Ашманов И.С. Оптимизация и продвижение в поисковых системах [Электронный ресурс]: учебник. СПб.: Питер, 2019. 512 с.
2. Новожилова И.Ю. SMM: эффективное продвижение в соцсетях [Электронный ресурс]: практическое руководство. СПб.: ВHV-СПб, 2020. 352

Трегубова А.И., Фролова А.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Медведева Т.В.

Тулльский филиал Финуниверситета

РОЛЬ РЕГИОНАЛЬНЫХ БАНКОВ В ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

В мае 2018 года Президентом Российской Федерации был подписан Указ № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», согласно которому Правительству Российской Федерации были поставлены задачи по научно-техническому и социально-экономическому развитию страны. Среди национальных целей, обеспечивающих развитие и цифровизацию экономики России, можно выделить:

- увеличение количества организаций, осуществляющих технологические инновации, до 50 % от общего числа;
- обеспечение ускоренного внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере;
- увеличение внутренних затрат на развитие цифровой экономики не менее чем в три раза по сравнению с 2017 годом;
- увеличение численности занятых в сфере малого и среднего предпринимательства до 25 млн человек;
- создание системы правового регулирования цифровой экономики;
- упрощение доступа к льготному финансированию;
- создание нового режима налогообложения для самозанятых граждан, включающего автоматическую передачу информации в налоговые органы, освобождение от отчётностей и отчисление единого платежа с выручки [1].

В июле 2018 года международная консалтинговая компания McKinsey & Company опубликовала исследование «Инновации в России – неисчерпаемый источник роста», в рамках которого рассматривается концепция постоянного технологического развития отраслей экономики. В качестве одного из ключевых драйверов инноваций в российской экономике был назван банковский сектор. Модели обслуживания в отечественном банковском секторе меняются под влиянием мировых технологических трендов: внедрение технологий машинного обучения и искусственного интеллекта, экосистем финансовых и нефинансовых продуктов, развитие мобильного банкинга как основополагающего канала взаимодействия с клиентом. Банковский сектор был обозначен в качестве локомотива

цифровой трансформации и поставщика кадров в другие отрасли экономики.

Высокий уровень технологического развития банковского сектора России был подтверждён также в исследовании международной аудиторской компании Deloitte. Россия вошла в топ-5 рейтинга по уровню развития цифрового банкинга, обойдя такие страны с развитыми экономиками как Великобритания, Франция, Германия и Австрия. Российские банки оказались в лидирующих позициях по оказанию повседневных финансовых услуг: управление платежами, проведение операций, работа с банковскими картами. Слабыми сторонами были названы процедуры открытия счёта, адаптации клиента и кросс-продажи [3].

Основной движущей силой цифрового развития финансового сектора в развитых странах Европейского союза является высокий уровень конкуренции. В конкуренции за потребителя участвуют крупные банковские группы, региональные банки, небанковские кредитные организации и даже IT-корпорации. В России же намечается тенденция к консолидации банковского сектора. По результатам 2018 года на топ-5 крупнейших коммерческих банков приходилось более 60 % активов банковского сектора России (табл. 1).

Степень конкуренции в банковском секторе может влиять на доступ населения, малого и микробизнеса в экономически слабых регионах, так как крупным игрокам не выгодно содержать подразделения на данных территориях.

Таблица 1-Повышение уровня концентрации банковского сектора России

| | 01.01.2011 | 01.01.2014 | 01.01.2019 |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Банки из группы «1–5» по активам | 16,1 трлн руб. (47 %) | 30,2 трлн руб. (52 %) | 56,9 трлн руб. (60 %) |
| Банки из группы «21–50» по активам | 3,9 трлн руб. (11 %) | 6,4 трлн руб. (11 %) | 9,2 трлн руб. (9 %) |
| Всего | 33,8 трлн руб. | 57,4 трлн руб. | 94 трлн руб. |

Согласно Стратегии повышения финансовой доступности Российской Федерации на период 2018–2020 годов, разработанной Банком России, к концу 2020 года доступность финансовых услуг в малонаселённых пунктах (с числом жителей менее 3 тыс. человек)

должна быть увеличена в два раза. Доля поселений с количеством жителей менее 1 тыс. человек, в которых имеется отделение кредитной организации, исчисляется несколькими процентами. В качестве одного из вариантов развития доступности финансовых услуг может быть создание отделений кредитных организаций в уже существующих помещениях муниципалитетов, а в ближайшем будущем на территории предприятий розничной и оптовой торговли. Увеличить физическую финансовую доступность в отдалённых и сельских районах можно с помощью следующих мер:

- потенциальное расширение функциональности банковских платёжных агентов (субагентов);
- использование партнёрства кредитных организаций с операторами связи, ФГУП «Почта России», компаниями, предоставляющими спутниковое телевидение и интернет;
- использование (по согласию граждан) государственных информационных ресурсов с целью идентификации клиентов.

Вместе с тем необходимо понимать тот факт, что меры, предпринимаемые для повышения финансовой доступности, тесно связаны с развитием информационно-коммуникационной инфраструктуры и цифровыми технологиями. Именно благодаря инновациям в сфере цифровых финансовых операций увеличиваются масштабы оказания финансовых услуг населению, которое не получает данные услуги в полноценном объёме. В целом цифровые финансовые инновации можно условно выделить в разрезе трёх направлений:

- цифровые финансовые продукты и услуги;
- цифровые каналы оказания услуг;
- цифровые модели, позволяющие при довольно небольших затратах разрабатывать новые продукты и услуги, создавать качественные модели обработки, хранения и использования данных [2].

Эксперты отмечают большой потенциал развития банков в качестве налоговых агентов и консультантов своих клиентов. К примеру, за 2018 год ФНС России собрали более 1,4 трлн руб. имущественных налогов, что на 12 % больше чем в 2017 году. Такие большие объёмы налоговых поступлений требуют трудоёмкого администрирования. С каждым годом автоматизация всё сильнее проникает в фискальную деятельность государства. Для обеспечения эффективной собираемости прямых налогов в будущем необходимо проработать вопрос автоматического обмена данными по задолженностям налоговой службы с кредитными организациями [3].

В рамках процесса льготного кредитования уполномоченные банки осуществляют проверку соответствия проектов и конечных заёмщиков требованиям льготной программы. Банки предоставляют клиентам подходящие для них варианты условий финансирования, а также обращаются в Банк России и Корпорацию МСП с заявкой на поручительство и кредитование клиента по льготным условиям. Помимо необходимости дожидаться ответа государственных организаций в установленные сроки, уполномоченные банки зачастую сталкиваются с недостаточной цифровизацией процессов межведомственного взаимодействия.

В июле 2019 года для участников процесса льготного кредитования была запущена система электронного документооборота, обеспечивающая информационное взаимодействие с уполномоченными банками, в рамках сдачи отчётности по представленному льготному финансированию. Основной проблемой обновлённого процесса явилось итоговое увеличение бумажного документооборота в кредитных организациях.

Банкам приходится производить импортирование в систему распечатанных, подписанных и отсканированных бумажных форм, что дополнительно увеличивает время на работу с отчётностью. Бумажные формы необходимы для обоснования выплаты Федеральным казначейством Российской Федерации субсидий, полагающихся уполномоченным банкам. Необходима проработка цифровизации подобных процессов: полный отказ от бумажных форм и подписание заполненных документов электронной цифровой подписью (рис. 1).

Недостаточность цифровизации процессов финансовой поддержки субъектов МСП выражается в увеличении сроков согласовательных этапов и большом количестве бумажных отчётов для государственных организаций и ведомств.

Для поддержания эффективности процесса финансовой поддержки предпринимателей необходимо обязательное отражение ключевых показателей и мероприятий цифровизации межведомственного взаимодействия в национальном проекте «Цифровая экономика Российской Федерации». Существует множество концепций нового взаимодействия: от введения государственной электронной почтовой системы для юридических лиц до интеграции участников процесса государственной поддержки бизнеса в единую систему электронного документооборота. Расширение практики использования криптографических технологий для снижения бумажного документооборота является обязательным условием устойчивого развития системы адресной поддержки

предпринимательства. Субъект МСП, оформивший простую или квалифицированную электронную подпись, должен иметь полноценный доступ к банковскому обслуживанию и государственным услугам в удалённом виде. Текущие нормативы не позволяют кредитным организациям в полной мере предоставлять услуги бизнесу в электронном виде. Это касается процессов обработки персональных данных, открытия счетов и проверки документов при кредитовании [4].

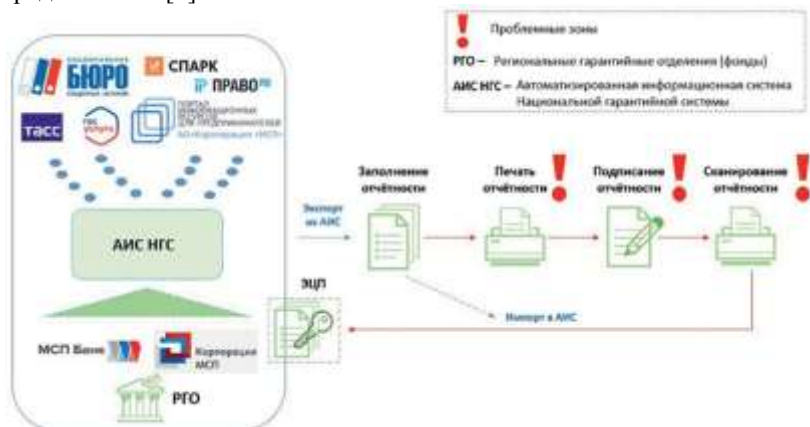


Рисунок 1-Текущий процесс взаимодействия в рамках предоставления отчётности уполномоченными банками

С учётом вышеизложенного, необходимо отметить, что основной ряд вопросов социально-экономического и технологического развития регионов России можно решить с помощью цифровизации процессов в государственном управлении и секторе финансовых услуг.

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» (действующая редакция) [Электронный ресурс] <http://www.consultant.ru> (дата обращения 06.04.2020)
2. Авдеева И.Л. Возможности цифровой экономики для развития банковского сектора в России [Электронный ресурс] // Вестник общественных наук. 2020. № 17. <https://cyberleninka.ru> (дата обращения 06.04.2020)

3. Огородникова Е.П. Изменение российского банковского сектора в условия цифровизации [Электронный ресурс] // Эпоха науки. 2019. № 4-09. <https://cyberleninka.ru> (дата обращения 06.04.2020)

4. Основные тренды развития цифровой экономики в финансовой сфере [Электронный ресурс] <http://duma.gov.ru> (дата обращения 06.04.2020)

Трегубова А.И., Фролова А.А.,
Научн. рук.: ст. преп. Романовская Н.Н.

Тульский филиал Финуниверситета

СТРАТЕГИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Инновационная стратегия Тульской области представляет собой неотъемлемый элемент Стратегии социально-экономического развития Тульской области до 2030 года. Она определяет перспективные направления инновационного развития, учитывающие результаты технологических прогнозов и форсайт исследований, устанавливает долгосрочные цели, задачи и раскрывает ожидаемые результаты инновационной деятельности в отраслевых комплексах, приоритетных и формирующихся территориальных кластерах Тульской области.

Тульская область относится к субъектам Российской Федерации, стабильно демонстрирующим средние показатели инновационной активности [2].

Целью Стратегии является переход на инновационную модель роста, обеспечивающую социально-экономическое развитие Тульской области посредством формирования региональной инновационной системы, преодоления сложившегося технологического отставания ряда традиционных отраслей специализации области и формирования научно-технических заделов по приоритетным для региона передовым технологиям.

Основными задачами, нацеленными на достижение данной цели, являются: повышение качества региональной инновационной политики; кадровое обеспечение инновационной деятельности; формирование «инновационной экосистемы» [3].

Повышение качества региональной инновационной политики будет способствовать большей инновационной активности в экономике Тульской области. В этих целях потребуется разработать и реализовать ряд программ, направленных на формирование механизмов административной, инфраструктурной, финансовой, налоговой и других форм поддержки наукоемких и

высокотехнологичных производств, снижение административных барьеров для инновационно-активных предприятий.

Должен быть устранен разрыв между уровнем подготовки кадров и потребностями инновационной экономики, преодолён отток из Тульской области квалифицированных кадров.

Поддержка инновационно-активных предприятий будет стимулировать предложение инновационной продукции и услуг, улучшит условия для трансферта и внедрения инновационных технологий, развития процессов модернизации предприятий традиционных отраслей экономики, диверсификации их производства, развития конверсионных процессов, внедрения международных стандартов управления качеством [1].

Формирование инновационной экосистемы в Тульской области будет способствовать развитию взаимосвязей между научными и бизнес-организациями, осуществляющими инновационную деятельность, инфраструктурному обеспечению инновационной и научной деятельности в регионе, закреплению в области кадров высокой квалификации.

Реализация Стратегии позволит Тульской области к 2020 г. достичь уровня целевых показателей, заложенных в Стратегии инновационного развития Российской Федерации до 2020 года, а по доле инновационной продукции в экспорте – превысить его, достигнув в 2020 году значения в 20%. К 2030 году регион будет иметь опережающие средние по стране темпы инновационного развития. При этом объем внутренних затрат на исследования и разработки в рамках Стратегии должен составить 1,4% от ВРП в 2020 году и 3,0% в 2030 году.

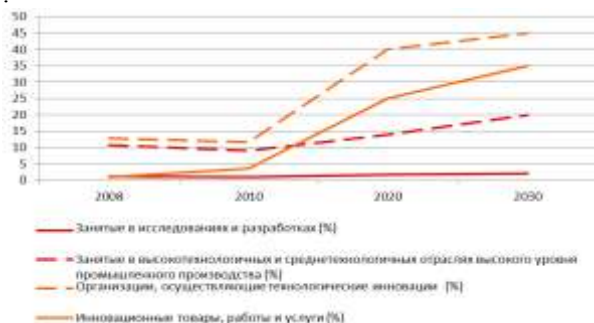


Рисунок 1- Динамика показателей инновационного развития Тульской области в 2008 – 2030 гг.

Фундаментом ускорения инновационного развития Тульской области являются:

- развитая система профессионального образования, существенный инновационный потенциал ведущих вузов;
- значительные технологические заделы организаций и предприятий ОПК;
- высокая квалификация и профессионализм занятых в традиционных отраслях промышленности;
- крупные экспорт ориентированных предприятия, являющиеся реальными площадками для внедрения прорывных технологий;
- близость к Московской агломерации – потенциальному поставщику технологий, носителю новейших знаний и компетенций, крупнейшему потребителю инновационной продукции [3].

Полное использование имеющегося потенциала позволит Тульской области уверенно заявить о себе как об одном из лидеров инновационного развития экономики России.

При реализации региональной инновационной политики особое внимание будет уделено активизации инновационной деятельности в традиционных для Тульской области отраслях промышленности (машиностроение и металлообработка, металлургия, газо- и нефтехимия, энергетика, транспортные системы и оборонно-промышленный комплекс), предприятия которых способны осуществить переход на новый уровень технологического развития в кооперации с ведущими вузами и научными организациями региона, имеющими серьезные заделы в технологиях производства оборонной техники, систем и комплексов вооружения, стартовых и технических комплексов реактивных систем, в сфере теплофизики и газодинамики, технологиях машиностроения, обработки материалов резанием и давлением, в проектировании инструментов, материаловедении, лазерной технике и ряде других направлений современного научно-технологического развития [2].

В машиностроении значительно расширится ассортимент и повысится конкурентоспособность выпускаемой продукции по таким направлениям, как транспортное машиностроение, производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования, лазерного оборудования, радиотехники и систем управления, вырастет доля высокотехнологичной продукции с опорой на технологии специальных производств. Приоритетами для отрасли станут производство высокоточных станков и развитие инструментального производства, а также внедрение гибких автоматизированных

производственных систем и компьютерного управления технологическими процессами.

В чёрной металлургии будут активно использоваться технологии, связанные с увеличением производства изделий из чугуна и стального проката высоких переделов. Важнейший приоритет – радикальное улучшение экологических характеристик металлургических производств в результате внедрения новых экологически безопасных технологий выпуска чугуна, в том числе бездомных технологий.

Важнейшими технологическими и инновационными приоритетами развития химической промышленности являются:

- техническая модернизация существующих крупнотоннажных производств предприятий нефте- газохимии и создание новых производств по выпуску базовых термопластов и новых базовых продуктов;

- углубленная переработка продукции основного органического синтеза;

- глубокая химическая переработка природного газа (GTL, MTO);

- производство специальной несырьевой продукции с высокой добавленной стоимостью.

Значительными перспективами для развития в Тульской области обладают технологии, позволяющие производить из бурых углей, которыми богата область, высококачественный бензин, дизельное топливо, бензол и другие ценные продукты углехимии.

Будут также активно внедряться технологии, обеспечивающие существенное улучшение экологических характеристик промышленных производств региона.

Создание благоприятных условий для внедрения инноваций, развития малых инновационных предприятий, усиления кооперации бизнеса и науки будет способствовать появлению новых инновационных высокотехнологичных компаний.

Применение информационно-коммуникационных технологий станет одним из важнейших приоритетов развития региона. На их основе секторы и отрасли региональной экономики значительно улучшат технико-экономические параметры, расширят номенклатуру и повысят качество продукции. Развитие этих технологий предполагает внедрение интеллектуальных систем управления бизнес-процессами и поддержки принятия решений, интенсивное использование средств информационно-коммуникационных технологий (далее – ИКТ) в системах проектирования, автоматизацию технологических процессов и превращение систем на основе ИКТ в ключевой инструмент

управления жизненным циклом производства продуктов. В качестве перспективных направлений применения ИКТ следует выделить синтез средств ИКТ со средствами производства в отрасли (станки, приборы, технологическое оборудование); применение ИКТ для снижения металло- и энергоемкости продукции; интеграцию локальных информационно-управляющих систем на основе сетевых технологий; освоение продукции со встраиваемыми средствами ИКТ.

Будут широко применяться достижения в области нанотехнологий. В «чистом виде» нанопродукция (нанотрубки, нанопорошки, нанобиочипы и др.) будет представлена в виде компонентов, предназначенных для последующего встраивания в товары конечного спроса и обеспечивающих производство инновационной продукции [1].

К перспективным направлениям применения информационно-коммуникационных технологий, новых производственных технологий и нанотехнологий относится также сфера медицины и здравоохранения. Важнейший приоритет – внедрение новых производственных технологий и нанотехнологий в медицинскую практику, включая разработку технологий визуализации на основе сочетания высокочастотных ультразвуковых, радиочастотных источников излучения, ИТ-технологий, в том числе в режиме реального времени.

Будет расширена поддержка и софинансирование инновационных бизнес-проектов за счет средств государственной программы поддержки малого и среднего предпринимательства [2].

Софинансирование из средств областного бюджета расходов на совместные проекты с высшими учебными заведениями и научными организациями Тульской области позволит развить кооперационные связи, что даст стартовый импульс к развитию кластеризационных процессов в Тульской области. Этой же цели будет способствовать создание Центра кластерного развития Тульской области, основной функцией которого станет содействие усилению кооперационной активности между региональными органами власти, организациями и предприятиями-участниками территориальных кластеров, созданными в регионе объектами инновационной инфраструктуры [1].

Важнейшими проектами-драйверами инновационного развития Тульской области должны стать проекты по созданию на базе ведущих вузов и научных организаций региональных исследовательских центров в сфере биотехнологий, углекислотных технологий добычи редких, рассеянных и благородных металлов, технологий экологической безопасности, а также по развитию исследовательских

подразделений крупных зарубежных компаний, созданию «наукограда» на базе ведущих предприятий, научных и образовательных организаций г. Тулы [3].

Популяризация инновационной деятельности в СМИ и Интернет-ресурсах, создание Интернет-портала информационной и коммуникационной поддержки инноваций и бизнеса, а также регулярное проведение Тульского экономического форума будут нацелены на активизацию привлечения молодежи к исследовательской деятельности, а также формирование инновационного имиджа Тульской области в глазах отечественных и зарубежных инвесторов [2].

Список литературы

1. Волкова Я.Ю. Проблемы и перспективы развития инновационной системы Тульской области [Электронный ресурс] // Современные тенденции развития. 2020. №5. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35435332> (дата обращения 20.04.2021)
2. Щепакин К.М. Стратегия инновационного развития Тульской области как фактор развития региональной инновационной политики [Электронный ресурс]//Известия Тульского государственного университета. 2019. № 13. <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-innovatsionnogo-razvitiya-tulskoy-oblasti-kak-faktor-razvitiya-regionalnoy-innovatsionnoy-sistemy> (дата обращения 20.04.2021)
3. Проект стратегии социально-экономического развития Тульской области до 2030 года [Электронный ресурс] <https://storage.strategy24.ru> (дата обращения 20.04.2021)

Трушкина С.О.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тульский филиал Финуниверситета

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СОСТАВЛЕНИЯ ПЛАНА АУДИТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Основные средства – значимая доля активов любого предприятия. Без них функционирование организации невозможно. Их сумма – показатель успешного развития компании, на который ориентируются потенциальные партнеры, инвесторы, клиенты. Основные средства — это совокупность материально-вещественных ценностей, применяемых в качестве средств труда и функционирующих в натуральной форме в протяжении продолжительного периода (свыше 12 месяцев) как в сфере материального производства, так и в непроектируемой сфере [2]. В процессе производства основные

средства неоднократно применяются, а также в процессе продолжительного этапа сохраняют первоначальный вид и предоставляют собственную цену на стоимость изготавливаемой продукции долями в сумме начисленного износа.

Важную роль в правильном ведении бухгалтерского учета основных средств, играет своевременное проведение аудита, цель которого заключается в создании детальной и достоверной картины об основных средствах предприятия.

Аудит основных средств предприятия можно разделить на две разновидности:

1. Внутренний. Они обычно организуются в виде инвентаризации, причем она затрагивает не только сами объекты, но и операции, проводимые с ними. Например, начисление амортизации, способность выплачивать кредиты и т. д. Принятие таких мер контроля – в компетенции инвентаризационной комиссии, в составе которой – работники организации.

2. Внешний. В этом случае в составе инвентаризационной группы могут присутствовать не только сотрудники предприятия, но и сторонние специалисты, например, работники аудиторских фирм. Аудит является более детальной проверкой. Цель ее организации – подтверждение достоверности данных, прописанных в балансе предприятия, и сопоставление документальных и фактических данных на предмет соответствия. Критериев классификации аудита – огромное множество [4].

Эффективное проведение всех процедур в ходе аудита базируется на их тщательном планировании и подготовке. Поэтому первым (начальным) этапом аудиторской проверки является этап планирования.

Целью планирования аудита является определение его стратегии и тактики, составление общего плана аудиторской проверки, разработка аудиторской программы.

Процесс планирования аудита проходит несколько стадий:

- предварительное планирование;
- подготовка и составление общего плана;
- подготовка и составление программы.

На практике при составлении плана аудиторской проверки основных средств обычно указываются перечень задач аудиторской проверки, среди которых обычно выделяют:

- аудит учета основных средств, т.е. проверка правильности отражения всех операций с этими объектами (поступление, выбытие,

внутреннее перемещение). В том числе проверяется учет арендованных и сданных в аренду ОС на забалансовых счетах;

- контроль правильности начисления амортизации и отнесения ее на затраты в бухгалтерском и налоговом учете;

- проверка отражения операций по текущему ремонту и модернизации ОС;

- проверка действующего в организации порядка обеспечения сохранности ОС;

- анализ эффективности использования ОС. Эта задача не входит в стандартный перечень и выполняется, если есть запрос от проверяемой организации.

При составлении плана аудита основных средств необходимо указывать процедуры, необходимые для проведения аудита основных средств, среди которых:

1. Контроль основных средств, которые имеются в распоряжении, а также обеспечение их сохранности.

2. Отслеживание процессов, связанных с перемещением в пределах фирмы и за ее пределами.

3. Проведение расчетных операций по начислению амортизации.

4. Решение вопросов по налогообложению [3].

Рассмотрим, что включает каждая из процедур аудита проверки основных средств.

Аудиторская проверка основных средств начинается с инвентаризации. Необходимо проверить соответствие между объектами, числящимися в бухгалтерском учете (счет 01), и их фактическим наличием. В случае, если обнаружены отклонения, нужно составить сличительную ведомость и получить объяснения от ответственных лиц.

Затем проводится аудит движения основных средств, в частности проверяется:

- правильное определение первоначальной стоимости в момент приобретения и остаточной при выбытии;

- наличие и правильное оформление всех необходимых учетных документов (акты, инвентарные карточки и т.п.);

- если какие-либо объекты основных средств взяты или сданы в аренду, то это должно отражаться на забалансовых счетах 001 (у арендатора) и 011 (у арендодателя).

После этого осуществляется аудит амортизации основных средств (счет 02), в соответствии с методом ее начисления, который должен быть закреплен в учетной политике. Здесь следует иметь в виду, что амортизация для целей бухгалтерского и налогового учета может

начисляться по-разному. Если по отдельным объектам основных средств имеются отклонения от «нормального» порядка начисления износа (консервация или ускоренная амортизация), то следует проверить обоснованность этого и наличие необходимых подтверждающих документов.

Затем проверяется отражение в учете текущего ремонта и модернизации основных средств. Необходимо разграничивать эти операции, т.к. они должны по-разному отражаться в учете. Текущий ремонт отражается на счетах по учету затрат (№ 20, 23, 25, 26) и полностью списывается на расходы текущего периода. Расходы на модернизацию основных средств увеличивают их стоимость, отражаемую на счете 01, и переносятся на затраты постепенно, через амортизацию [5].

Также следует проверить, как на предприятии организован контроль сохранности основных средств. Проверяется организация охраны объектов, назначение материально-ответственных лиц, обеспечение условий хранения, исключающее порчу имущества.

При аудите основных аудитор должен осуществить арифметическую проверку сформированной первоначальной стоимости, то есть воспользоваться процедурой «пересчет», которая представляет собой проверку точности арифметических расчетов в первичных документах и бухгалтерских записях [1].

При выполнении аналитических процедур аудитор оценивает финансовую информацию на основе анализа взаимосвязей между данными финансового и нефинансового характера. Аналитические процедуры предполагают также исследование выявленных отклонений и взаимосвязей, которые не соответствуют значимой информации или существенно отличаются от ожидаемых значений [1].

Классический план оформляется в письменной форме и включает в себя следующие сведения. В первых строках указывается соответственно название контролируемой компании, время организации проверки, количество человеко-часов, ФИО руководителя инвентаризационной комиссии. Далее отображается состав проверяющей группы, уровень прогнозируемого риска и существенности.

На следующем этапе составляется таблица, состоящая из нескольких столбцов:

- порядковый номер;
- разновидности проводимых работ;
- временные отрезки их организации;
- ФИО исполнителя;

- особые примечания.

В примечаниях принято указывать регламенты и нормативные акты, на которые опираются специалисты, составляя таблицу. В нижней части документа проставляются подписи сторон. Расписаться должен руководитель комиссионной группы и гендиректор компании.

По окончании работ аудитор формирует мнение по результатам проверки данного участка учета, составляет пакет рабочих документов, формулирует часть аудиторского отчета, относящуюся к области проверки, и представляет его совместно с рабочей документацией руководителю проверки.

Таким образом, аудит основных фондов организуется для выработки аргументированного мнения о полноте и достоверности отражения информации об имеющихся у организации данных активов в бухгалтерской отчетности.

Список литературы

1. Международный стандарт аудита 500 «Аудиторские доказательства» [Электронный ресурс] : (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 09.01.2019 N 2н // КонсультантПлюс: справ.-правовая система. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_317408/#dst0.

2. Положения по бухгалтерскому учету "Учет основных средств" ПБУ 6/01"[Электронный ресурс] : приказ Минфина России от 30.03.2001 N 26н : [ред. ред. от 16.05.2016] // // КонсультантПлюс: справ.-правовая система. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_31472/71350ef35fca8434a702b24b27e57b60e1162f1e/

3. Левина В. В. Методические основы проведения аудита основных средств [Текст] : статья/ В.В. Левина// Молодой ученый. — 2019. — №12. — С. 1336-1339.

4. Есимкулова, З. Б. Учет и оценка основных средств [Текст] : статья/ З.Б. Есимкулова// Актуальные вопросы экономических наук: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2013 г.). - Уфа: Лето, 2019. - С. 59-62.

5. Кондраков, Н.П. Бухгалтерский учет (финансовый и управленческий) [Текст] : Учебник/ Н.П. Кондраков, 5 -е изд., перераб. и доп. -М.: НИЦ ИНФРА -М, 2018. -584 с.

Трушкина С.О.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Шелобаева И.С.

Тулльский филиал Финуниверситета

МОРАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЕ КАЧЕСТВА СПЕЦИАЛИСТА В ОБЛАСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Профессиональная деятельность играет важную роль в жизни людей, т.к. принадлежность к той или иной профессии становится главным способом самоутверждения личности. Профессия определяет социальный статус человека, его образ жизни, систему ценностей, характер и т.п.

Вместе с тем стремительные преобразования, происходящие в нашем обществе, повлияли на сложившийся за десятилетия образ любого профессионала. Мировое сообщество предполагает, что любая профессиональная деятельность должна помимо технических стандартов иметь этические кодексы. Не исключение в этой области бухгалтеры и аудиторы. Признавая растущую ответственность бухгалтерского профессионального сообщества перед обществом, Международная федерация бухгалтеров (International Federation of Accountants, IFAC), разработала Кодекс этики профессиональных бухгалтеров, определяющий нормы поведения своих членов. В настоящее время Кодекс этики профессиональных бухгалтеров входит в состав комплекса документов международных стандартов аудита (МСА). IFAC рекомендует всем государствам, являющимся ее членами, разрабатывать национальные этические требования, а также Кодекс этики бухгалтеров и аудиторов. При этом необходимо учитывать национальные различия в культуре, языке, традициях, правовых и социальных системах. На основе Кодекса этики IFAC разработан Кодекс этики профессиональных бухгалтеров – членов НП «ИПБ России» [1].

Основа успеха в профессиональной деятельности бухгалтера – компетентность и честность в работе. Если бухгалтер чувствует, что некомпетентен в тех или иных вопросах, он обязан честно сказать об этом руководству организации и пригласить для оказания помощи в работе более компетентного специалиста. Дело чести каждого бухгалтера внимательно и серьезно относиться к своим обязанностям, соблюдать утвержденные бухгалтерские стандарты, поддерживать высокий уровень своих знаний, постоянно совершенствовать профессиональное мастерство [2].

Кодекс этики включает этические нормы, которым должны следовать все профессиональные бухгалтеры. В соответствии с Кодексом этики профессиональных бухгалтеров – членов НП «ИПБ

России», профессиональный бухгалтер обязан соблюдать следующие фундаментальные принципы поведения: честность; объективность; профессиональная компетентность и должная тщательность; конфиденциальность; профессиональность поведения.

Честность. Данный принцип предполагает честное ведение дел и правдивость. Согласно Кодексу этики профессиональных бухгалтеров – членов НП «ИПБ России», профессиональный бухгалтер должен действовать открыто и честно во всех профессиональных и деловых взаимоотношениях.

Объективность. Вне зависимости от выполняемых функций бухгалтер должен быть порядочен и объективен, не допускать предвзятости в своей деятельности, следить за тем, чтобы конфликт интересов или чрезмерное влияние других лиц не преобладали над профессиональными интересами. В соответствии с Кодексом бухгалтеру не следует принимать подарки, которые могут считаться оказывающими влияние на его профессиональное суждение, и предлагать такого рода подарки лицам, с которыми он ведет дела.

Профессиональная компетентность и должная тщательность. Бухгалтер должен иметь определенный уровень общего образования, за которым следует специальное образование, повышение квалификации и сдача экзаменов по соответствующим дисциплинам, а также стаж работы по специальности. Для поддержания уровня профессиональной компетенции необходимо следить также за изменениями в сфере бухгалтерского учета в соответствующих национальных и международных положениях, нормативных правовых актах, учитывать текущие тенденции в профессиональной практике и методах работы.

Конфиденциальность. Профессиональный бухгалтер обязан соблюдать конфиденциальность в отношении информации о клиенте или работодателе, полученной в результате профессиональных и деловых взаимоотношений, за исключением случаев, когда ему предоставлены особые полномочия по раскрытию информации или это продиктовано требованиями закона.

Бухгалтер может раскрыть информацию в следующих случаях:

- если клиент или работодатель дают разрешение на ее раскрытие. Однако следует рассмотреть заинтересованность всех сторон, в том числе и третьих лиц, на интересы которых это может оказать воздействие;
- когда раскрытие информации предписано законом. Например, при предъявлении документов или даче показаний в ходе судебного разбирательства.

Профессиональное поведение. Профессиональный бухгалтер в своей деятельности должен соблюдать законы и нормативные акты, избегать любых действий, дискредитирующих профессию. Профессиональный бухгалтер не должен делать заявления о преувеличении своей квалификации, приобретенном опыте, а также давать пренебрежительные отзывы о работе других профессиональных бухгалтеров или проводить необоснованные сравнения своей работы с работой других бухгалтеров.

Помимо фундаментальных принципов профессиональный бухгалтер должен уметь разрешать различные этические конфликты, владеть налоговой практикой, соблюдать указанные этические нормы при осуществлении международной деятельности.

Этические нормы в разных странах могут быть различны. Поэтому при осуществлении международной деятельности профессиональный бухгалтер должен руководствоваться следующими правилами для соблюдения этических норм:

- если этические нормы страны, в которой бухгалтер предоставляет свои услуги, являются менее жесткими, чем установленные в Кодексе этики ИФАС, то применяются нормы Кодекса;
- если нормы страны, в которой бухгалтер предоставляет свои услуги, более жесткие, чем в Кодексе, то необходимо применять нормы данной страны;
- если же этические нормы одной из стран носят обязательный характер и они более жесткие, чем было указано выше, то их необходимо соблюдать.

Таким образом, соблюдение положений и правил этического кодекса имеет важное значение для профессиональной деятельности бухгалтеров.

Список литературы

1. Кодекс этики профессиональных бухгалтеров - членов ИПБ России. Утвержден решением Президентского совета Института профессиональных бухгалтеров и аудиторов России. Протокол N 09/-07 от 26.09.2007 (в ред. от 12.12.2012, протокол № 12/12) [Электронный ресурс] // URL: // <http://www.consultant.ru/>
2. Полковский А.Л. Бухгалтерское дело. М.: Прогресс, 2020. 288 с.

Федорова Д.О.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Жебентяева Н.А.

Белорусский государственный экономический университет
НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННО-
КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕСПУБЛИКЕ
БЕЛАРУСЬ

Уровень развития цифровой экономики и соответственно информационно-коммуникационных услуг в Беларуси можно определить на основе различных международных рейтингов.

Индекс развития информационно-коммуникационных технологий — это составной индекс, выпуск которого Международный союз электросвязи начал в 2009 г. для оценки развития информационно-коммуникационных технологий и его рейтингового сравнения между странами с течением времени [1]. Статистика публиковалась ежегодно в период с 2009 г. по 2017 г. и включала 11 показателей, сгруппированных в три подындкса. С самого начала признавалась необходимость постоянного совершенствования методов измерения и обновления состава IDI в соответствии с технологическим развитием. В последний раз IDI был опубликован в отчете «Измерение информационного общества, 2017 год» [1].

До 2020 г. данные не публиковались, однако возможное решение выпуска Индекса развития ИКТ рассматривалось 14 сентября 2020 г. в рамках ежегодных собраний Группы экспертов по показателям ИКТ в домашних хозяйствах (EGH) и Группы экспертов по показателям в области электросвязи/ИКТ (EGTI) [1].

Таким образом, проведен анализ на основе последних публикуемых данных за 2017 г., когда Республика Беларусь занимала 32-е место. Анализируя предшествующие годы, можно наблюдать колеблющуюся ситуацию: в 2015 г. — 33-е место, в 2016 г. — 31-е место. На протяжении последних трех лет статистика не была представлена, что затрудняет прогнозирование позиции страны в индексе 2020 г. в случае его публикации. Однако стоит упомянуть, что в 2020 г. мировая экономика, в том числе и Республика Беларусь, столкнулась с преградой развития из-за пандемии COVID-19. Меры адаптации к новым условиям существования в сложной эпидемиологической обстановке вынудили перейти к использованию потенциала цифровых технологий практически во всех сферах жизни: от здравоохранения и образования до повседневного быта и перехода на удаленную работу.

Следует отметить что, важным заключением и для дальнейшего исследования является вывод о том, что большое влияние на

показатели цифрового развития за период 2020 г. оказывали показатели адаптации и эффективности функционирования экономики в условиях существования пандемии.

Показателем, позволяющим оценить уровень цифрового развития за счет внедрения цифровизации в структуры государственного управления, является Индекс развития электронного правительства (EGDI).

Обзор электронного правительства ООН, публикуемый Департаментом по экономическим и социальным вопросам (ДЭСВ ООН), готовится в течение двух лет в соответствии с установленной методологией. В нем рассматривается, как цифровое правительство может способствовать внедрению комплексных политик и услуг в 193 государствах — членах ООН. Он поддерживает усилия стран по предоставлению эффективных, подотчетных и инклюзивных цифровых услуг для всех и по преодолению цифрового разрыва и никого не оставляет позади. Основные составляющие индекса — объем и качество онлайн-услуг, состояние телекоммуникационной инфраструктуры и существующий человеческий потенциал [2].

Согласно обзору ООН, по итогам 2020 г. Республика Беларусь сохранила лидерство в регионе Восточной Европы по уровню развития информационно-коммуникационной инфраструктуры и заняла 40-е место по индексу готовности к электронному правительству. По сравнению с 2018 г. он вырос на 5,8%.

В 2018 г. значение индекса готовности к электронному правительству Республики Беларусь соответствовало 38-й позиции, а в 2016 г. — 49-й.

Индекс электронного участия (EPI) является дополнительным индексом к Обзору электронного правительства ООН [2].

Он расширяет масштабы обзора, фокусируясь на использовании онлайн-сервисов для облегчения предоставления информации правительствами гражданам («обмен электронной информацией»), взаимодействии с заинтересованными сторонами («электронные консультации») и участии в процессе принятия решений («электронное принятие решений»).

Рамки электронного участия [2]:

- электронная информация: обеспечение участия путем предоставления гражданам общественной информации и доступа к информации по запросу или без;

- электронные консультации: привлечение граждан к участию и обсуждению государственной политики и услуг;

- электронное принятие решений: расширение прав и возможностей граждан за счет совместной разработки вариантов политики и совместного производства компонентов услуг и способов оказания услуг.

По уровню электронного участия (E-participation) в 2020 г. Республика Беларусь вошла в подгруппу стран с очень высоким уровнем значения индекса развития электронного участия (0,7-1), заняв итоговое 57-е место. В 2016 г. — 76-е, но в 2018 г. положение страны было куда перспективнее — 33-е место, что также оказало влияние на итоговое значение раннее проанализированного индекса — EGDI.

Индекс глобального подключения (GCI) создан для предоставления действенной оценки, которую политическое руководство и участники экономических отношений могут использовать для успешного развития в цифровой экономике [3].

В 2019 г. оценивалось 79 стран, которые составляют 95% мирового ВВП и 84% мирового населения. Данный индекс показывает путь цифровой экономики стран через четыре показателя, охватываемых оценкой, — широкополосная связь, облачные технологии, интернет вещей и искусственный интеллект. В соответствии с инвестициями в ИКТ, зрелостью ИКТ и показателями цифровой экономики индекс группирует страны в три кластера: начинающие, последователи и лидеры.

Обобщая все выше сказанное, можно сделать вывод, что Республика Беларусь имеет значительный потенциал на пути создания цифровой экономики, фундаментом которой являются традиционные отрасли (промышленность, агропромышленный комплекс, энергетика, строительство, транспорт), обеспечивающие базовые жизненные потребности человека. Для поддержания конкурентоспособности в ближайшей перспективе они должны получить комплексное развитие на основе разработки и внедрения новейших ИКТ-решений, которые сформируют новое качество индустриальной основы цифровой экономики. Реализация цифровой повестки ЕАЭС и участие в ней Беларуси будет способствовать развитию экономической интеграции, повышению эффективности бизнеса, цифровизации национальных экономик.

Список литературы

1. Official web resource of International Telecommunication Union, ICT Development Index [Электронный ресурс], — Mode of access: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/>. — Date of access: 25.04.2021.

2. 2020 UN E-Government Survey [Электронный ресурс]. — Mode of access: <https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2020-Survey/>. — Date of access: 25.04.2021.

3. Global Connectivity Index (GCI) компании Huawei за 2019 год [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.huawei.com/by/news/by/2019/gci-2019-intelligent-connectivity-is-the-catalyst-for-fresh-gdp-growth/>. — Дата доступа: 26.04.2021.

Филиппович Р.М.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Витютина Т.А.

Калужский филиал Финуниверситета

ИНФЛЯЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ И АНТИИНФЛЯЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В РОССИИ

Сущность, виды, типы и причины появления инфляции

Инфляция является одной из наиболее главных и острых проблем в любой стране мира, которая имеет рыночную систему экономики. На современном этапе развития экономической системы инфляция стала одной из главных её частей и проникла почти во все сферы экономической деятельности. Инфляция разрушает и вносит дисбаланс в структуру экономических сфер и замедляет их развитие.

Инфляция в России за последние 20 лет значительно снизилась за счет проводимой антиинфляционной политики. Однако каждый год встает вопрос о том, какие меры и способы стоит использовать для более эффективной борьбы с инфляцией, чтобы избежать повышения цен и т.д. Антиинфляционная политика страны должна носить комплексный характер и создать единую систему мер, которые будут направлены на снижение темпов роста инфляционных процессов.

Инфляция – это переполнение каналов обращения денежной массой сверх потребностей товарооборота, что вызывает обесценивание денежной единицы и соответственно роста товарных цен. Инфляция является одной из самых сложных социально-экономических явлений, которое происходит из различных пропорций воспроизводства в сферах рыночного хозяйства [1].

Появление инфляции связано с нарушением макроэкономического равновесия. Для изучения инфляции можно выделить четыре основных источника появления инфляционных процессов: монополия профсоюзов, которая диктует и назначает уровень оплаты труда работников; монополизация крупных фирм, которая приводит к монопольному определению уровня цен и издержек; монополия государства на эмиссию ценных бумаг; монополия государства на ведение внешней торговли.

Все монополистические тенденции увеличивают темпы и скорость развития инфляции. Инфляция снижает эластичность предложения по цене, способствует замедлению реакции производителей на изменения инфляционного спроса [2].

Способы измерения инфляции

Для того чтобы бороться с инфляцией нужно измерить этот показатель. Существует 5 основных подходов для измерения инфляционных процессов.

Первый способ связан с вычислением индекса цен. Он использует индексы ВВП, индивидуальных потребительских и оптовых цен. Для того чтобы вычислить эти показатели берут соотношение между совокупными ценами определенного продукта и выражают их отношение в процентах.

Второй способ помогает вычислить темпы инфляции за год. Для этого необходимо вычесть индекс цен базисного года из индекса цен отчетного года, затем разделить разницу на индекс цен базисного года и умножить на 100%.

Третий способ вычисляет индекс инфляции по формуле Ласпейреса:

$$I_l = \frac{\sum(Q^0 \cdot P^t)}{\sum(Q^0 \cdot P^0)}$$
, где I – уровень инфляции; Q^0 – количество товаров и услуг в базисный период; P^0 – цены на товары и услуги в базисный период; P^t – цены на товары и услуги в отчетном периоде.

Четвертый способ – вычисление инфляции с помощью индекса Пааше:

$$I_p = \frac{\sum(Q^t \cdot P^t)}{\sum(Q^t \cdot P^0)}$$
, где Q^t – количество товаров и услуг в отчетный период.

Пятый способ вычисления индекса инфляции с помощью формулы Фишера. Специалисты в области экономики называют эту формулу идеальной так как она исключает возможные недостатки формул Пааше и Ласпейреса [3].

$$I_f = \sqrt{I_l \cdot I_p}$$
, где I_f – индекс инфляции, вычисленный с помощью формулы Фишера; I_l – индекс инфляции, вычисленный с помощью формулы Ласпейреса; I_p – индекс инфляции, вычисленный с помощью формулы Пааше.

С помощью данных формул можно подсчитать инфляцию. На этих формулах основывается система подсчета инфляций в разных странах мира.

Инструменты антиинфляционной политики России

В каждой стране определяется определенный уровень инфляции,

который будет поддерживать государство. В России главная задача и цель борьбы заключена в том, чтобы повышалось благосостояние российских граждан.

Инфляцию стоит рассматривать как сложный многофакторный процесс, который появляется из-за диспропорции между производством товарной продукции и денежной массы. Исходя из этого в мировой практике существуют два вида инструментов антиинфляционной политики: монетарная и немонетарная. Государство делает выбор в зависимости от того какой уровень инфляции и каков её характер, каковы причины и источники появления инфляции.

К инструментам монетарной антиинфляционной политики относят: операции на открытом рынке; процентные ставки по операциям Центрального Банка РФ; регулирование ставки рефинансирования; регулирование нормы обязательных резервов.

В России главным инструментом антиинфляционной политики является регулирование ставки рефинансирования. Повышая или понижая ставку рефинансирования, государство регулирует объем денежной массы, которая находится в обращении.

К инструментам немонетарной антиинфляционной политики относят: налоговую политику; уменьшение государственных расходов; сокращение роста заработных плат [5].

Особенности инфляционных процессов в России

В настоящее время Российская Федерация имеет полноценную рыночную экономику. К сожалению, стабильного роста пока добиться не получается из-за экономических кризисов, нестабильного курса рубля, диспропорции платёжного баланса и т.д.

Многие экономисты отмечают следующие характерные черты российской инфляции: рост цен на услуги и тарифы жилищно-коммунальных хозяйств; рост цен на товары первой необходимости и продовольственную продукцию; дисбаланс между ценами и заработной платой населения; повышение уровня инфляционных процессов из-за импорта товарной продукции; повышение цен производимой продукции предприятиями малого и среднего бизнеса, которые пытаются выжить в современных условиях экономики России; наличие инфляционных ожиданий, которые могут не совпадать с реальным уровнем инфляции и тем самым стимулировать население покупать больше продукции, повышая спрос, который ведет к росту цен [4].

Основными направлениями антиинфляционной политики России являются: антимонопольная деятельность; установление предела

повышения цен на тарифы и услуги ЖКХ, которые способны повышать цены на продукцию; создание благоприятных условий для развития малого и среднего бизнеса, а также стимулирование развития конкуренции на внутреннем рынке для того, чтобы отечественные предприятия производили качественную продукцию; регулирование наценок с помощью нормативных актов; мониторинг равновесия между объемом импорта и экспорта товарной продукции; стабилизация национальной валюты.

Для того, чтобы антиинфляционная политика в 2021 году была успешная, необходимо принять следующие меры: снижение роста цен на услуги ЖКХ; снижение роста цен на ресурсы, которые необходимы в промышленном производстве; попытки создать запас товаров сезонного спроса; переосмысление денежно – кредитной политики; создание механизма для совместного участия Центрального Банка России и Министерства Финансов РФ для принятия согласованных решений по поводу проведения монетарной политики в стране.

В России проблема инфляции актуальна из-за модели внедрения инновационных технологий в факторы, которые способны привести к экономическому росту. В данной ситуации инфляцию могут сдерживать следующие макроэкономические условия: сбалансированный экономический рост; поддержание отечественного производства, модернизация структуры национальной экономики; повышение количества инвестиций в инновационные технологии производства, человеческий капитал и расширение инфраструктуры предприятий производства; сосредоточение поступивших инвестиций на окупаемых проектах; борьба против теневой экономики; контроль и сдерживание утечки капитала за рубеж; интеграция России в мировую экономику с приоритетом того, что национальное производство будет на главных ролях [6].

Подводя итог рассмотрению тенденций российской экономики, можно сделать вывод о том, что в России существует антиинфляционный механизм, который состоит из: соблюдение денежных ограничений; стабилизации курса рубля; регулирования цен на продукцию первой необходимости; регулирование и контроль за естественными монополиями.

Действия со стороны государства на рост инфляции могут быть различными: создание условий для адаптации населения к уровню инфляции или выработка мер и способов по устранению инфляционных процессов. В любом случае государство преследует цель снижения негативных последствий инфляции на экономику.

В современном мире инфляцию можно назвать глобальной проблемой. Для того, чтобы управлять инфляцией необходимо решить проблемы денежно-кредитного регулирования и пересмотреть экономическую политику страны. Не стоит забывать, что инфляция имеет многофакторный характер и в её основе лежит не только монетарный характер.

Человечество на протяжении долгого времени пыталось решить проблемы инфляции, но на сегодняшний день инфляция не побеждена, так как с развитием экономики появляются новые её формы. В некоторых странах замечены определенные успехи по способам борьбы с инфляцией, поэтому Россия может использовать накопленный исторический опыт других стран. При формировании антиинфляционной политики России необходимо учитывать уникальные особенности своей экономики.

Список литературы

1. Айзетуллова Д.И. Социально-экономическая статистика инфляции в России / Д.И. Айзетуллова, Т.Г. Старостина // Вестник науки: науч. электрон. журн. – 2019. – Т. 1, № 1 (10). – С. 129–132. – URL: <https://вестник-науки.рф/archiv/journal-1-10-1.pdf> (дата обращения: 21.04.2021).
2. Булатникова В.М. Инфляция в России / В.М. Булатникова, А.А. Молдаван // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2019. – № 6 (34). – С. 86-89. – Электрон. копия доступна на сайте Науч. электрон. б-ки КиберЛенинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/inflyatsiya-v-rossii/viewer> (дата обращения: 21.04.2021).
3. Божечкова А.В. Денежно-кредитная политика и инфляция в июне 2020 г. / А.В. Божечкова, П.В. Трунин // Экономическое развитие России. – 2020. – Т. 27, № 8. – С. 9-11. – Электрон. копия доступна на сайте Науч. электрон. б-ки КиберЛенинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/denezhno-kreditnaya-politika-i-inflyatsiya-v-iyune-2020-g/viewer> (дата обращения: 23.04.2021).
4. Витютин Т.А. Стимулирование развития промышленности в России // Калужский экономический вестник. – 2017. - № 4. – с.59-62.
5. Дашенко Ю.Ю. Инфляция в России: основные тенденции // Наука через призму времени. – 2018. – № 2 (11). – С. 27–28. – Электрон. копия доступна на сайте журнала. URL: <http://www.naupri.ru/journal/686> (дата обращения: 23.04.2021).
6. Ефанова Л.Д. Особенности инфляции в России / Л.Д. Ефанова, С.А. Шмуклер // Вестник университета. – 2019. – № 4. – С. 96–99. – Электрон. копия доступна на сайте журнала. URL:

Филочкова А., Фоменкова Д.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Губернаторова Н.Н.

Калужский Филиал РАНХиГС

АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Ядром функционирования трудовых организаций является мониторинг социально-экономических систем. Главной сутью социологического подхода к управлению является выделении 3-х его звеньев:

- целенаправленное управляющее воздействие, которое является основой управления. Данное воздействие делится на: внешнее (если управляющий орган находится за пределами объектов); самоуправлением (если влияние осуществляется звеном или субъектом, который является частью самого объекта).

- социальная самоорганизация, т. е. самопроизвольные операции внутри- коллективного регулирования (социальные нормы, «шкала престижа», дилерство, неформальное группообразование).

- организационный порядок, формирующийся за счет первого и второго звена и несущий в себе организованную закономерность самопроизвольно сложившихся норм и правил общения в команде, «деловых обыкновений», а также результаты предыдущего управленческого труда (заклучения, воплощенные в устойчивой должностной системе, административном порядке).

Анализ функционирования организаций – это наблюдение, оценка навыков, знаний и изменений в решении кейсов и в процессе их реальных действий в деловых играх, требуемые устойчивого положения организации, исключение несоответствий и для сохранения единства

Главными целями функционирования организации являются: расширение рыночной доли, максимизация и получение прибыли, расширение спроса. К примеру, для увеличения спроса создать положительный имидж, рассмотреть ценовую политику, а также неценовые факторы конкуренции.

Существует несколько подсистем для качественного функционирования организации:

- информационно-аналитические подсистемы (собирают и обрабатывают информацию);

- административно-управленческие подсистемы (создают контроль и регулирование различных подсистем);
- производственно-технологические подсистемы (создают условие для развития новейших технологий и техническое функционирование производства).

Современные кризисные условия сильно пошатнули мировой рынок и финансовую устойчивость многих организаций. Именно поэтому организациям пришлось проанализировать свое функционирование, пересмотреть некоторые управленческие решения своей деятельности и создать антикризисные решения.

Антикризисное управление в современных организациях – необходимая мера для выхода из кризиса, который, в свою очередь, возникает по многим причинам. Одной из возможных причин возникновения кризисов в организациях является их неумение концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, отсутствие долгосрочной стратегии поведения, которые позволяют подстраиваться под жесткие условия рынка и способствовать собственной конкурентоспособности. Прежде всего, кризис организации – это резкая дестабилизация организации, который требует больших изменений и создания современных управленческих решений.

В России в условиях рыночной экономики, а также при неустойчивой внешней среде для опытных и для новых организаций финансовая устойчивость является важнейшим условием успешного осуществления их деятельности. Она показывает устойчивость финансового положения организации, его возможность достигать равновесия между собственными и заемными средствами, а также их потребление в те сроки, в которые организация способна своевременного вернуть эти средства.

В качестве примера взята организация «Лотте КФ РУС». Анализ ее финансовой устойчивости проведен на основе данных бухгалтерской финансовой отчетности. В Таблице 1 представлены основные финансовые коэффициенты, характеризующие финансовую устойчивость «Лотте КФ РУС».

Таблица 1 «Финансовая устойчивость Лотте КФ РУС»

| № п/п | Наименование показателя | Значение, т.р. | | | Изменение показателя | | | |
|-------|-------------------------|----------------|------|------|----------------------|--------------------|----------------|--------------------|
| | | 2018 | 2019 | 2020 | абс. 2020/2018 | относит. 2020/2018 | абс. 2020/2019 | относит. 2020/2019 |
| 1 | Коэффициент автономии | 0,22 | 0,2 | 0,22 | 0,02 | 10,00 | -0,08 | -26,67 |
| 2 | Коэффициент финансовой | 0,43 | 0,57 | 0,56 | 0,13 | 30,23 | -0,01 | -1,75 |

| | | | | | | | | |
|---|---|------|-----|------|-------|-------|------|-------|
| | устойчивости | | | | | | | |
| 3 | Коэффициент отношения заемных средств к собственным | 6,02 | 4,7 | 5,63 | -0,39 | -6,48 | 0,93 | 19,79 |

Коэффициент автономии в 2018-2020 гг. незначительно растет (он вырос на 0,02). Данный результат говорит о том, что предприятие стало больше полагаться на собственные источники доходов. Но значения показателей на протяжении данных 3-х лет не соответствуют нормативному значению, что говорит о высоком уровне финансовых рисков. Если коэффициент автономии будет расти с такой же скоростью как в 2019 по сравнению с 2018, то он достигнет нормативного значения через 7 лет.

Коэффициент финансовой устойчивости растет, но в 2020 упал незначительно. В 2018 г. коэффициент по сравнению с 2020 г. вырос (на 0,13). Следовательно, уменьшается степень зависимости организации от внешнего финансирования. Значение коэффициента не соответствует нормативному значению, это показывает, что возникновение риска попадания предприятия в финансовую зависимость от кредиторских задолженностей уменьшается. Коэффициент финансовой устойчивости достигнет нормативного значения через 3,2 года. Мы видим, что благодаря правильным антикризисным решениям организации удалось не только сохранить значение коэффициента финансовой устойчивости, но и повысить его.

Коэффициент заемных средств к собственным средствам в 2019 г. по сравнению с 2018 г. упал (на 1,32), это показывает, что в 2019 г. выросла финансовая устойчивость, также значение не соответствует нормативному значению. В 2020 г. данный коэффициент вырос по сравнению с 2019 г. (на 0,93), это показывает, что в этот раз падает финансовая устойчивость и независимость предприятия от обязательств и заемного капитала, но значение все также не соответствует нормативному значению. Уровень коэффициента намного выше нормативного значения, что показывает риск возникновения недостатка собственных денежных средств.

Исходя из проведенного анализа предприятия «Лотте КФ РУС», можно сделать вывод о том, что анализировать функционирование организаций значимо в современных условиях, ведь с помощью результатов анализа можно выявить слабые места организации, которые влияют на снижение прибыли и на возникновение негативных рисков, а также – сильные места, которые позволяют сохранить

стабильность и улучшить функционирование организации. По результатам анализа функционирования организаций разрабатываются рекомендации по дальнейшему управленческому процессу и стратегия управления на долгосрочный период.

Список литературы

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. 7-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб.: Питер, 2007. — 496 с: ил.;
2. Абрютин М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебно-практическое пособие / М.С. Абрютин, А.В. Грачев. - М.: Дело и сервис, 2009.-256с.
3. Кулагина, Н. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум: учебное пособие для вузов / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021.
4. Логинов М.П. Антикризисное управление ипотечным кредитованием // Деньги и кредит. — 2009. № 3. — С. 24–29.
5. Поляк Г. Б. Финансовый менеджмент: учебник для академического бакалавриата / Г. Б. Поляк [и др.]; ответственный редактор Г. Б. Поляк. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019.

Фирсова П.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук., доц. С.В. Нефедова

Тулский филиал Финуниверситета

ОСВОБОЖДЕНИЕ ИТ-КОМПАНИЙ ОТ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Не так давно, в июне 2020 года президентом РФ Владимиром Путиным было принято решение провести «налоговый манёвр». Его суть заключается в том, что для ИТ-компаний были уменьшены ставки страховых взносов и ставка налога на прибыль. Законопроект о «налоговом маневре» был направлен в Государственную думу и 21 июля принят.

На сегодняшний день налогообложение ИТ-компаний немного изменилось. С 1 января 2021 года поменялись тарифы страховых взносов для тех, кто имеет пониженные страховые взносы. Правки были внесены в ст.427 Налогового кодекса РФ.

Из этого следует, что общий тариф страховых взносов для определенных ИТ-компаний снижается с 14% до 7.6% [3]. Вместе с тем изменились требования для получения льгот.

Более низкие тарифы страховых взносов в размерах, которые указаны выше, с 2021 года смогут получать те ИТ-компании:

- Чья деятельность связана с областью информационных технологий;
- Которые производят программы для ЭВМ, базы данных на материальном носителе;
- Которые оказывают услуги по производству, оптимизированию, модификации программ для ЭВМ, баз данных;
- Которые выполняют, тестируют и сопровождают программы для ЭВМ, базы данных.

Среди прочего, имеются необходимые требования, при выполнении которых компания может претендовать на льготу [2]:

✓ Компания, которая выполняет свою деятельность в области информационных технологий, должна иметь документ, подтверждающий государственную аккредитацию.

✓ 7 человек – минимальное среднее количество работников компании за отчетный период.

✓ Доля доходов, которую организация приобретает от реализации услуг по итогам отчетного периода, обязана быть 90% и более в сумме доходов компании.

Не так давно налог на прибыль IT-компаний составлял 20% (17% в бюджет региона, 3 % в федеральный бюджет). Однако с 1 января 2021 года налог на прибыль составляет 3% (в федеральный бюджет) для тех компаний, которые создают товары электронной базы или радиоэлектронные товары [4].правки были внесены в ст.284 новыми пунктами 1.15 и 1.16 Налогового кодекса РФ [1].

Изменения коснулись и НДС. А именно: не нуждается в налогообложении разработка исключительных прав на программы для ЭВМ, в том числе прав на их использование на основании лицензионного договора. Это закреплено 26 подпунктом 2 пунктом 149 статьи Налогового кодекса РФ.

Большое значение имеет то, что не будет освобождаться от НДС реализация прав на использование программ для ЭВМ, если такие права находятся в получении возможности распространять всякий рекламный материал о программах.

Исходя из вышесказанного, число плательщиков НДС среди IT-компаний будет расти.

В заключении, следует отметить, что многие IT-компании с 2021 года получают снижение «страховой нагрузки» на фонд оплаты труда примерно в два раза. А другие компании будут обязаны платить НДС, которого сейчас они не имеют.

Список литературы

1. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от

05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 17.02.2021) (дата обращения: 03.04.2021).

2. Льготы для IT-компаний в 2021: кто и как может их получить [Электронный ресурс] <https://rb.ru/opinion/it-bonuses/> (дата обращения: 03.04.2021).

3. Минфин разъяснил условия применения налоговых льгот IT-компаниями [Электронный ресурс] <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/66587.html/> (дата обращения: 03.04.2021).

4. Новые налоговые льготы получили IT- компании [Электронный ресурс] https://www.nalog.ru/rn50/news/tax_doc_news/9985903/ (дата обращения: 03.04.2021).

Фокин М.Ю.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ТАЙМ МЕНЕДЖМЕНТ. ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВРЕМЕНИ

Актуальность моей темы исследования состоит в том что, у многих студентов возникает проблема с концентрацией внимания, которая обуславливает эффективность деятельности. Многие студенты хотят знать, как увеличить полезность в учёбе, уметь четко распределять своё время и правильно распределять задачи, что бы не было так называемых хвостов. Крайне сложно добиться успеха, если человек не может планировать свое время. Это полезно не только студентам, но и всем людям. А для студента, который планирует стать менеджером (управленцем), этот навык очень важен, ведь он будет в дальнейшем распрямиться не только своим временем, но и временем подчинённых планируя и координируя их действия. Время – это важнейший ресурс в нашей жизни, оно безвозвратно. Не просто же говорят : «Время – деньги». Например, если нанятые строители неправильно распределят своё время и дом не будет построено в срок, придется нести убытки, связанные с простоем техники взятой в аренду. Успех каждого человека зависит от того, как он распоряжается своим временем. Поэтому студент должен осознанно и целенаправленно использовать свое время, чтобы добиваться своевременного и эффективного результата. А жизнь студента как мы знаем очень насыщена: учеба, спорт, знакомства, творчество, иногда работа и конечно сессия. Как же всё успеть сделать? В этом очень поможет тайм-менеджмент.

Тайм-менеджмент – это так называемое искусство по управлению и распределению времени. Тайм-менеджмент позволит студенту пересмотреть отношение к времени и понять всю его ценность, обучая правильно им распоряжаться.

Базовые правила тайм-менеджмента на самом деле просты:

– Попробуйте расставлять приоритеты, разделяя свои задачи на важные (домашнее задание) которые нужно сделать в первую очередь и второстепенные (просмотр заинтересовавшего вас фильма) которые могут подождать. - анализ своих повседневных дней даст вам понять и выявить на что вы тратите своё основное время. Заведите тетрадь где будите фиксировать все выполненные задания (занятия) и потраченное на это время.

Натренируйте самодисциплину. Самое сложное и неприятное занятие лучше сделать в начале или после некоторых микро-задач, используя их как разогрев. А вот постоянно переносить такое задание не стоит, накопится напряжение и снизит активность.

Вам поможет принцип Парето. Это эмпирическое правило встречается при исследовании различных явлений, в частности, социальных, экономических и физических. В общем виде оно обычно формулируется так: «20% усилий дают 80% результата, а остальные 80% усилий — лишь 20% результата».

Также можно использовать так называемое SMART-проектирование. Методика SMART поможет в определении целей, которые, в свою очередь, должны быть:

Конкретными (Specific);

Измеримыми (Measurable);

Достижимыми за адекватное время (Attainable);

Актуальными (Relevant);

Ограниченными во времени (Time-bound).

Большой плюс такой методике — это её конкретика. Поставив цель и задачи, начинаешь последовательное движение к результату;

– Распланируйте свой день или даже неделю, постепенно вносите поправки без ущерба важным делам. Это поможет наглядно понять повышается ваша эффективность или нет.

Как только вы провели рефлекссию по поводу того, что вы делаете, и чем собираетесь начать заниматься в большей степени, подходит момент планирования. Одно из важнейших правил тайм менеджмента, краеугольный камень концепции. Для начала определитесь с целью, затем постепенно вносите в свой план достижение и начинайте к ней двигаться. Цель уже кажется менее

сложной, просто берите и выполняйте. Выглядит просто. Но не исключено возникновение ряда трудностей.

Даже если начать подвергать планирование определённому управлению вряд ли вы сразу увидите смысл в таком планировании. Могут возникнуть сомнения о том, что это сделает нашу работу продуктивнее и облегчит жизнь.

Если вы раньше никогда ничего не планировали, начало обещает быть тяжелым — может показаться, что на это нет ни времени, ни сил. А в реальности составленный список продуктов к покупке экономит уйму времени и существенно влияет на конечный результат выполнения этой с виду простейшей задачи похода за продуктами.

Список или чек-лист помогает не тратить время на поиск и концентрацию, пока вспоминаете что вам нужно. Действовать стоит очень экономично: вы идёте сразу к нужным зонам товаров и к стеллажам. С учётом потраченных ресурсов на составление чек-листа экономия времени и ресурсов заметна;

– Большую роль играет мотивация. Поэтому мотивируйте себя на выполнение новых заданий и покорение новых вершин. Сначала, целесообразнее будет разобраться, как и что вы будите делать и зачем. Все задачи, особенно если они важная и трудные, скорее всего являются чем то общим: вашим домашним заданием. Не стоит анализировать их досконально, но при возникновении серьёзных трудностей в конкретной задаче, определённно нужно посмотреть именно на эту ситуацию, в контексте чего она существует. Например: почему вы не можете это решить и из-за чего вам трудно над этим работать? Почему не выходит или получается плохо?

Возможных причин может быть много:

1. Считаете это не очень важным делом, или задание по вашему мнению бессмысленно и не как вам не может быть полезным;

2. Испытываете ли вы отрицательные эмоции выполняя это задание;

3. Может не хватает знаний или ресурсов что бы выполнения;

4. У вас нет желания это делать, но вы вынуждены в силу обстоятельств;

5. Возможно вас часто отвлекают;

6. Всё время появляются всякие задачи, которые кажутся срочными и не могут быть отложены на потом. Или вам передают задачи от которых вы не можете отказаться в силу того что вам объяснили её важность для кого то;

– Не стоит отвлекаться на всякие пустяки так называемые «лжеважные задачи», заверши сначала своё уже начатое дело.

Например, обещание, которое скорее всего мало чего стоит, а вы не смогли выполнить в срок и потому подняли его приоритет. Или вы приобрели абонемент в зал и хотели начать заниматься в марте, а уже апрель. Человек часто меняет свои стратегические цели пытаясь жить по шаблону. Например человек не сидит в Тик-токе, а в его окружении все тратят на это время и он заменяет свои убеждения пытаясь быть в тренде, даже не подразумевая что только что он начал тратить драгоценное время которое мог использовать себе на пользу. (Это может помочь в будущем менеджеру с распределением обязанности подчинённых);

– Не забывай выделять время на отдых. Иначе отсутствие отдыха не только не приведёт к улучшению эффективности, но и понизит её. Частое перенапряжение и усталость приводят к возникновению хронических нервных заболеваний, которые позднее могут перерасти в более серьёзные болезни. Из-за этого важно уметь управлять своими силами и следить за здоровьем!

В итог стоит сказать тайм-менеджмент помощник студента и вообще любого человека. Развивая в себе способность планировать своё время и координировать действия в дальнейшем может помочь будущим менеджерам и не только. Будущее сейчас определённо за эффективными и четко знающими свои цели людьми.

Список литературы

1. Тайм-менеджмент как инструмент принятия оперативных управленческих решений [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/taym-menedzhment-kak-instrument-prinyatiya-operativnyh-upravlencheskih-resheniy/viewer>
2. 10 правил успешного тайм-менеджмента для абитуриентов и студентов [Электронный ресурс] <http://mpgu.su/novosti/10-pravil-uspeshnogo-taym-menedzhmenta-dlya-abiturientov-i-studentov/>
3. Студенческий тайм-менеджмент. Распределяй и властвуй [Электронный ресурс] <https://disshelp.ru/blog/studencheskij-tajm-menedzhment-raspredelayaj-i-vlastvuj/>

Харламова Н.С.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Медведева Т.В.

Тульский филиал Финуниверситета БЕЗРАБОТИЦА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ В КАЧЕСТВЕ СОЦИАЛЬНОЙ ПРОБЛЕМЫ

В современном мире, в условиях глобального экономического кризиса, актуальна проблема занятости населения. Безработица молодежи – социально экономическое явление, при котором

трудоспособная молодежь находится в поиске работы и готова приступить к ней, но не может реализовать свое право на труд, тем самым теряет основные средства к существованию. Высокий уровень безработицы среди молодежи на сегодняшний день является неоспоримым фактом. Безработица сама по себе является не только индикатором экономической нестабильности в стране, но и одной из серьезнейших проблем современности [2].

Основные причины молодежной безработицы - это, с одной стороны, желание работодателя получить не только молодого, энергичного и образованного специалиста, но и с опытом работы, которого у молодежи зачастую не хватает. С другой стороны, завышенные требования самих молодых людей. Например, студенты и выпускники вузов в крупных городах, как правило, сразу рассчитывают на престижные должности, зарплату. Хотя, если верить исследованиям портала Superjob, 59% российских компаний готовы принять на работу выпускников вузов, не имеющих опыта по специальности, если те согласны обучаться [1].

В целом, проведенный анализ показал, что главными причинами роста безработицы среди молодежи являются следующие факторы:

1. Структурные несоответствия профиля выпускников потребностям рынка труда, отсутствие научного прогноза в востребованности кадров.
2. Несоответствие уровня квалификации выпускников требованиям работодателей.
3. Снижение практических навыков по полученной профессии у молодых специалистов.
4. Низкая зарплата у молодых специалистов.
5. Нежелание и отсутствие возможности обучения молодых специалистов на производстве, нескрываемое игнорирование работодателями социальных прав молодых специалистов.
6. Ошибочный или конъюнктурный выбор профессии, специальности [3].

Так же большую угрозу для общества представляет собой отток молодых специалистов в страны ближнего и дальнего зарубежья, вследствие чего происходит потеря обществом трудового потенциала. Данный аспект проблемы имеет особую значимость в молодежной среде, поскольку в настоящее время многие молодые люди, не имеющие возможности применить свои умения и навыки на родине, делают выбор в пользу трудоустройства за границей. Сегодня, отмечает М.К. Горшков, около половины населения страны хотели бы

уехать из России для разных целей, преобладающую часть составляют молодые люди в возрасте до 30 лет [1].

В рамках проблемы молодежной безработицы был проведен опрос 40 человек в отношении миграции из РФ и с какой целью, если да (см. рисунок 1).

Проведенный мной опрос 40 человек показал, что 54% россиян хотели бы уехать из России навсегда. Готовы уехать за рубеж «на заработки» - 35%. Такое желание работающих россиян превратиться в гастарбайтеров - является наглядным показателем.

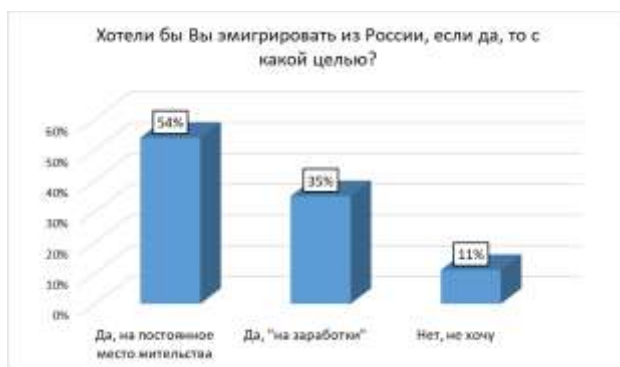


Рисунок 1 – Опрос россиян в отношении выезда из РФ

Кроме того, это свидетельствует о сомнительности идеи о необходимости массового импорта в Россию рабочей силы из-за рубежа в условиях, когда в стране есть огромный внутренний ресурс перераспределения уже имеющейся в ней рабочей силы.

Из всего вышесказанного можно предложить следующие пути решения молодежной безработицы:

Для государства:

1. Необходимо обеспечить практику в обучении, чтобы отвечать запросам современного общества.
2. Партнерство вузов и работодателей.
3. Государственная поддержка и стимулирование потенциала молодежи.

Для студентов:

1. Молодежи, выходящие на рынок труда, не следует завышать свои требования и претендовать на престижные профессии, не

рассматривая другие возможности, которые могли бы послужить хорошим стартом для карьеры.

2. Начинать работать на 3-4 курсе учебы в ВУЗе, чтобы иметь опыт работы уже к моменту выпуска из образовательного учреждения.

3. Работать официально. Зачастую, молодые люди не имеют опыта работы, так как были трудоустроены неофициально.

4. Четко представлять, что им интересно, и анализировать, что необходимо рынку труда в конкретном регионе.

5. Активная позиция. Четкой позиции при поиске работы и, тем самым, не используют многие из существующих возможностей трудоустройства [1].

Анализируя проблему молодежной безработицы, можно сделать вывод, что основным путём преодоления социальной напряженности на рынке труда для молодых специалистов является формирование правовой и финансовой базы для создания единой интегрированной системы социальной и профессиональной адаптации молодых людей, в рамках развития кадровой политики, где были бы задействованы все заинтересованные стороны.

Список литературы

1. Ситникова А.О. Безработица молодежи как социальная проблема современности и пути ее решения // Электронный научный журнал «Профессиональная ориентация». №2. 2018 г. [Электронный ресурс]

<https://cyberleninka.ru/article/n/bezrobotitsa-molodezhi-kak-sotsialnaya-problema-sovremennosti-i-puti-ee-resheniya> (дата обращения: 02.03.2021)

2. Зайцева И.А. Безработица как одна из глобальных проблем современного мира // PolitBook. Экономика и экономические науки. 2017. № 2. С. 160–175. (дата обращения: 02.03.2021)

3. Кислович А.И., Кардабнев А.А. Проблемы молодежи в ситуации безработицы // Актуальные проблемы современной науки: взгляд молодых ученых: материалы Всерос. Научно-практ. конф. с международным участием. Грозный. 2017. С. 215–219. (дата обращения: 02.03.2021)

Хмель В.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тулский филиал Финуниверситета

ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ

В последнее время с каждым днем возрастает роль нематериальных активов в финансовой и производственной

деятельности предприятия. Поэтому особую важность для предприятий РФ стала представлять проблема учета НМА.

Нематериальные активы - понятие достаточно новое для российских организаций, которое до перехода к рыночной экономике отсутствовало, и, следовательно, не использовалось в бухгалтерском учете. В РФ на данный момент приходится около 0,2% имущества предприятия на долю нематериальных активов. Это объясняется трудностями в оценке этих активов и в вопросе о том, что к ним можно отнести. [6]

Большие трудности современным организациям в части НМА привносит российское законодательство. В нормативных документах не урегулировано до сих пор понятие «нематериальные активы». Например, в ПБУ 14/2007 отсутствует данное определение, но приводятся условия отнесения объекта к НМА [3]. В то же время Налоговый кодекс РФ (НК РФ) раскрывает понятие «нематериальные активы», однако ничего не говорит о материально-вещественной форме НМА, о критерии идентификации объекта, о наличии достоверно определенной первоначальной стоимости [1]. Исходя из этого, можно сделать вывод, что в бухгалтерском и налоговом законодательстве приведены разные критерии признания НМА в учете и отчетности.

Вышесказанное было только поверхностным сравнением. Есть ряд других различий, которые были отмечены. Это:

- состав объектов, которые относятся к НМА;
- порядок формирования первоначальной стоимости НМА;
- алгоритм определения срока полезного использования НМА;
- способы начисления амортизации НМА;
- порядок последующей переоценки НМА;
- порядок учета безвозмездного получения/передачи НМА.

Хотя бухгалтерский и налоговый учет являются автономными в России, однако, априори они создают двойную работу бухгалтерам. Следует отметить, что хозяйственные субъекты стараются больше уделять внимание нарушениям именно в области налогового законодательства. Это связано с тем, что ошибки в расчетах приводят к крупным штрафам, доначислению пеней по налогам. Бухгалтерскому учету отводится не такая значительная роль как налоговому, поэтому и ответственность по его введению несколько ниже. Поэтому возникает необходимость в совершенствовании нормативных документов.

Еще одной из проблем, стоящих перед специалистами, заключается в формировании отчетности по МСФО. Для ее составления организациям требуется трансформация отчетности,

поскольку российские и международные стандарты составления отчетности во многом не соответствуют друг другу. Был проведен сравнительный анализ основных положений ПБУ 14/2007, проекта ФСБУ «Нематериальные активы» и МСФО 38. В результате выявлено следующее:

Таблица 1. Сравнительная анализ основных положений ПБУ 14/2007, проекта ФСБУ «Нематериальные активы» и МСФО 38

| | ПБУ 14/2007 | МСФО 38 | ФСБУ |
|---------------------------|--|---|---|
| Определение НМА | - | Идентифицируемый немонетарный актив, не имеющий физической формы. | Объект нефинансовых активов, со сроком полезного использования свыше 12 месяцев, предназначенный для неоднократного и (или) постоянного использования в деятельности учреждения, не имеющий материально-вещественной формы, с возможностью идентификации (выделения, отделения) от другого имущества, и в отношении которого при приобретении не планируется последующая перепродажа. |
| Состав НМА | Результаты интеллектуальной деятельности; деловая репутация; средства индивидуализации | Научные или технические знания, лицензии, компьютерное программное обеспечение, патенты, авторские права, кинофильмы, списки клиентов, права обслуживания ипотеки и др. | Права на использование результатов интеллектуальной деятельности, права на осуществление определенных действий, приобретенные средства индивидуализации, компьютерные программы, научные и технологические знания (ноу-хау), зафиксированные на носителях способом, позволяющим их использовать независимо от физических лиц |
| Первоначальная оценка НМА | Принимается к бухгалтерскому учету по фактической (первоначальной) стоимости, определенной | Нематериальный актив первоначально оценивается по себестоимости | Принимаются к учету по первоначальной стоимости. |

| | | | |
|------------------------------------|---|--|--|
| | по состоянию на дату принятия его к бухгалтерскому учету | | |
| Требование о разделении затрат | Первоначальную стоимость нематериальных активов включаются все расходы на его создание. | В том случае, когда процесс невозможно разделить на стадии исследований и разработки, МСФО 38 требует списать все затраты в расходы. | Включаются фактические затраты, непосредственно обеспечивающие получение нематериальных активов. |
| Проценты по кредиту | Включаются в стоимость НМА | Признается в качестве расходов | Признается в качестве расходов |
| Амортизация | Амортизация начисляется с первого числа месяца, следующего за месяцем принятия актива к учету | Амортизация должна начинаться с того момента, когда этот актив становится доступным для использования | Амортизация объекта нематериальных активов начинается с 1-го числа месяца, следующего за месяцем принятия его к бухгалтерскому учету |
| Наличие соответствующих документов | Обязательное условие | Не предусмотрены жесткие требования | Обязательное условие |
| НИОКР | Можно капитализовать в стоимости НМА | Затраты по нему списывают в расходы | Не могут быть признаны в качестве объекта нематериального актива |

Итак, можно сделать вывод, что новый формат стандарта МСФО во многом основывается на зарубежной практике ведения бух учета НМА, а значит, более полно раскрывает методiku учета НМА, детализируя наиболее значимые элементы.

Проект ФСБУ решает некоторые проблемы учета НМА: переоценка НМА, способы начисления амортизации и определение сроков полезного использования. [4]

Трудность переоценки НМА заключается в том, что последующая оценка применяется в отношении тех нематериальных активов, которые продаются и покупаются на активном рынке.

Для активов, которые не имеют таких рынков, оценка после признания невозможна. Следовательно, основной рекомендацией в этом вопросе может быть внедрение вариативности следующей оценки НМА: по данным активного рынка или экспертной оценки.

Проблема определения срока полезного использования (далее – СПИ) заключена в том, что НМА не имеют материально-вещественной формы, из-за этого многие организации затрудняются в расчете срока. Для решения этой проблемы можно рекомендовать 2 варианта расчета.

1. Расчет, основанный на ожидаемом моральном или коммерческом устаревании;

2. Рассчитывается исходя из намерения хозяйствующего субъекта в отношении продолжительности применения НМА.

Также наряду с этой проблемой стоит проблема выбора способа начисления амортизации. Главной рекомендацией в решении такого вопроса является выявление роли объекта нематериального актива в процессе производства и реализации тех продуктов или услуг, в производстве которых этот актив участвует:

- линейный способ лучше применять для тех НМА, которые в процессе эксплуатации с наименьшей вероятностью принесут доход;

- способ уменьшаемого остатка – метод ускоренной амортизации, поэтому его надо применять для тех активов, СПИ которых определяется исходя из продолжительности их применения;

- для применения способа начисления амортизации пропорционально объему выпущенной продукции важно спланировать объем продукции, который будет произведен или реализован с использованием нематериального актива. [7]

Можно отметить, что больше внимания и попытки решения проблем в нашей стране предпринимаются в области налогового учета. Данное обстоятельство приводит к возрастающим различиям в области бухгалтерского и налогового учетов, что вызывает всякого рода противоречия. Отсюда возникает потребность в пересмотре и совершенствовании нормативных актов в области бухгалтерского учета. Кроме того, в период международной интеграции приходится учитывать и тенденцию к адаптации правил составления отчетности в России к международным стандартам. И это создает дополнительные проблемы в нормативном регулировании бухгалтерского учета и отчетности в стране, которые надо решать. [8]

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая): от 05.08.2000 № 117–ФЗ (ред. от 20.04.2021);

2. Нематериальные активы: Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38 // Приказ Минфина РФ от 25.11.2011 № 160н;

3. Приказ Минфина России от 27.12.2007 N 153н (ред. от 16.05.2016) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет нематериальных активов" (ПБУ 14/2007)";

4. Приказ Минфина России от 15 ноября 2019 г. N 181н "Об утверждении федерального стандарта бухгалтерского учета государственных финансов "Нематериальные активы";

5. Алаторцева О.А., Егорычев Д.Н. Анализ возможностей и ограничений капитализации нематериальных активов российских предприятий // Национальный исследовательский университет «МИЭТ». – 2019. – № 3 (23). С. 6-13;

6. Котова К.Ю., Морозова Ю.М. Совершенствование бухгалтерского учета нематериальных активов на законодательном уровне // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2019. – № 6. С. 7-16;

7. Максютова Е.Р. Проблемы учета нематериальных активов в России // Сборник статей XVIII международной научно-практической конференции. – 2019. С.141-143.

Христофорова Е.Д.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Широкова О. В.

Липецкий филиал Финуниверситета
СОВРЕМЕННАЯ ТЕОРИЯ ДЕНЕГ

Популярность ММТ

Огромную популярность современная теория денег (Modern Monetary Theory, ММТ) получила в 2019 году в США благодаря таким людям как: Стефани Кетон, Берни Сандерс и Александре Окасио-Кортес. Конечно же, теория получила огромный шквал критики от мейнстрим-экономистов. Ими стали: Ларри Саммерс, Кеннет Рогофф, Пол Кругман и другие. Также слова критики современная теория денег получила от председателей Федеральной Резервной системы Джанета Йеллена и Джерома Пауэла. И, так сказать, финальным штрихом в критике современной теории денег стал проект резолюции⁴ Конгресса США, который осуждал данную теорию. Его суть заключалась в том, что претворение в жизнь идей ММТ приведёт к инфляции и дефициту государственного бюджета.

Тем не менее, современная теория денег получила и одобрение. Её поддержали такие современные личности в сфере экономики и

4

[Электронный ресурс]
<https://www.perdue.senate.gov/imo/media/doc/ММТ%20Resolution.pdf>
обращения: 05.11.2020 г.)

URL:
(Дата

финансов как: Роберт Шиллер, Рей Далио и Марио Драги. А министр развития экономики РФ Максим Орешкин наиболее точно показал основные замыслы современной теории денег и предложил некоторые идеи для макроэкономики⁵.

Забавная история вышла с Конгрессом США: если сначала он осуждал ММТ в марте 2019 года, то уже в ноябре того же года активно дискутировал с Рэнделом Реем⁶ об основных идеях ММТ.

Так же не могу не заметить, как о современной теории денег высказался Джон Ярмут: «Наступает новая эра, потому что экономика бросает вызов основным принципам традиционной экономической теории» - сказал он.

Таким образом, можно заметить то, что мейнстрим-экономисты начали объективно оценивать ММТ и считать, что не так уж она и плоха и в ней есть здравый смысл. В пример этому высказыванию могу привести Грегори Мэнню, представившего в декабре 2019 года свою скептическую точку зрения касательно ММТ, в которой говорилось: «Общий настрой статьи - относительно нейтральный - ММТ содержит некоторые зерна правды»⁷.

Что такое ММТ: суть теории

По своей сути ММТ-денежная теория посткейнсианской школы. Основным моментом в этой теории является современная денежная система. ММТ очень точно поясняет, чем являются современные деньги, как их создают и их роль в экономике.

Главный макет ММТ - балансовый подход. Это метод установления и соблюдения материально-вещественных и стоимостных пропорций, а также пропорций в распределении трудовых ресурсов.

На основе имеющихся знаний о современной денежной системе и балансового подхода, современная теория денег делает выводы и представляет наилучшие идеи для макроэкономики страны. Чаще всего они противоположны мейнстриму, так как он построен на теории, законах и моделях, которые далеки от практических знаний. Так что совсем не удивительно, что сторонники мейнстрима

⁵ [Электронный ресурс] URL: <https://telete.in/s/truevalue/507> (Дата обращения: 05.11.2020 г.)

⁶ [Электронный ресурс] URL: <http://neweconomicperspectives.org/category/1-randall-wray> (Дата обращения: 05.11.2020 г.)

⁷ [Электронный ресурс] URL: https://scholar.harvard.edu/files/mankiw/files/skeptics_guide_to_modern_monetary_theory.pdf (Дата обращения: 05.11.2020 г.)

критикуют ММТ, ведь их сути абсолютно противоположны друг другу.

Главные идеи ММТ: чтобы достичь полной занятости населения, государству необходимы дефициты. Это заключается в том, что оно (государство) должно превышать расходы над доходами и накапливать государственный долг. Без этого будут невозможны накопления сбережений, экономический рост и инфляция. Частный сектор привык сберегать свои накопления и жить в долг, но второе возможно только до определённого предела. По достижении этого предела экономика сможет адекватно работать только при наличии дефицита. В суверенной стране он не имеет никаких ограничений, но играет важную роль для инфляции.

Так же важно отметить: чтобы все работало на автомате, необходимо повысить налог богатым людям и создать как можно больше рабочих мест бедным.

Что такое современные деньги

По идее мейнстрима – это универсальный товар для обмена на другие товары. Если это так, то из этого следует, что этот самый, как и любой другой, универсальный товар надо произвести. ММТ полагает, что товарных денег никогда не существовало, другие же просто говорят о том, что их период уже исчерпал себя.

В первую очередь деньги – это единица учёта, как секунды или сантиметры, которые устанавливает государство. Это также можно назвать фиатными деньгами. Фиатные деньги – привычные для нас средства платежа (бумажные купюры, средства на банковских картах). Обязательства их исполнение придают деньгам ценность.

Наличные деньги или средства на карте – это не что иное, как сбережения от чужого дефицита, которые по своей сути являются активами в денежной форме. Их можно поменять на другие виды активов.

Все современные деньги – кредитные. Банк получает деньги «из ничего», если можно так сказать, с помощью двойной записи после подписания договора по кредиту. Денежные средства поступают на счёт берущего в кредит и становятся активами и пассивами для обеих сторон кредитного договора. Таким же образом деньги делает Центральный банк государства, только вместо физических лиц выступают коммерческие банки и Правительство. Деньги не могут быть ограниченным ресурсом, так как они создают депозиты. Но и разумеется, у денег есть две стороны медали: с одной – это долг, с другой – сбережения.

Почему модели ММТ реалистичны

Денежные сбережения – это не источник инвестиций, как это считают мейнстрим-экономисты. Например, уплата долга или сбережение части заработной платы – хорошо для отдельного человека, но не для экономики.

Финансовые сбережения – доход, который остался неиспользованным, и уменьшение экономического роста. Например, инвестиции самостоятельно создают сбережения. Это можно легко узнать с помощью балансового анализа (им пользуется ММТ), так дебет и кредит равны – это и есть двойная запись.

Идеи для экономической политики

Главная идея – активное использование фискальной политики, которая будет влиять на спрос и предложение посредством денег из бюджета государства и налогов.

Чтобы достичь полной занятости, данная теория призывает пользоваться буфером занятости. В России эта проблема стоит не так остро, но есть проблема с перераспределением доходов от внешнего сектора в частный.

Для развивающихся экономик ММТ предлагает стремиться к своей суверенности. Так, Россия является суверенной страной теоретически, но фактически её действия говорят об обратном.

Вот некоторые правила для достижения этого:

1. Не думать о том, что у государства может иссякнуть денежный запас.
2. При дефиците необходимо увеличить налоговую ставку или обесценить валюту государства.
3. Накопление валюты и драгоценных металлов – не главная цель политики.
4. Государственный бюджет не может быть зависим от иностранной валюты и храниться в ней.
5. Валюта необходима физическим лицам и Центральному банку в период кризиса.

Вывод

Основная цель ММТ – показать миру как много возможностей мы оставляем в стороне и не обращаем на них внимания, а также то, что классическая теория макроэкономики имеет ряд недостатков за счёт того, что она устаревает.

Список литературы

1. [Электронный ресурс] URL:
<http://neweconomicperspectives.org/category/l-randall-wray> (Дата обращения: 05.11.2020 г.)

2. [Электронный ресурс] URL: https://scholar.harvard.edu/files/mankiw/files/skeptics_guide_to_modern_monetary_theory.pdf (Дата обращения: 05.11.2020 г.)

3. [Электронный ресурс] URL: <https://telete.in/s/truevalue/507> (Дата обращения: 05.11.2020 г.)

4. [Электронный ресурс] URL: <https://www.perdue.senate.gov/imo/media/doc/MMT%20Resolution.pdf> (Дата обращения: 05.11.2020 г.)

Чагин Д.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Губанова Е.В.

Калужский филиал Финуниверситета

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ИННОВАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ TESLA

Инновационные предприятия занимаются разработкой и практическим применением новых методов, созданием прибыльной продукции и услуг. Инновации – это продукт, выраженный в усовершенствованном виде, с применением новых или изменённых технологий изготовления, который может использоваться в различных сферах, таких, как экономика, наука, производство и т.д. Изменение технологических процессов и услуг также является инновациями [2].

Некоторые предприятия используют инновации в том числе для работы с брендом, повышения узнаваемости на рынке, что косвенно влияет на увеличение прибыли. Такие компании, как Tesla, первоначально работают с инновациями для привлечения внимания, а значит, и новых инвесторов, расширения целевой аудитории и поддержания имиджа одной из самых инновационных компаний мира.

В инновационное развитие Tesla включены два компонента: выпуск инновационных проектов (первые массово выпускают быстрые электрокары), занимаются НИОКР (научно-исследовательская и опытно-конструкторская работа), а значит, продолжают развивать инновационный потенциал [3]. Из них и получается инновационный непрерывный процесс: изобретение, выпуск нового продукта, его успех на рынке, переход к новому изобретению – цикл повторяется.

Инновационный потенциал Tesla складывается из следующих факторов:

1. Кадровый потенциал – более 70 000 сотрудников на 2020 год (в том числе, изобретатели, разработчики, инженеры);

2. Производственно-технологический – выпуск более 100 000 машин в год (использование современного оборудования для

увеличения оборотов производства и возможности поддерживать выпуск новых продуктов);

3. Финансово-экономический – оборот компании 31,5 млрд \$ на 2020 год;

4. Научно-технический – разработка улучшений и выпуск новой модели в среднем раз в 3-4 года.

Инновации всегда связаны с преодолением узких мест продукта/услуги/процесса [1]. Если мы говорим про электрокары, то самое слабое место – это аккумуляторы, именно поэтому Tesla вкладывается в разработку новейших решений для оптимизации их работы, т.к. именно аккумулятор может ограничить возможности всего автомобиля. Более того, компания вкладывается в масштабирование производства новейших аккумуляторов, чтобы в перспективе получить контроль над рынком и прибылью, соответственно. Это решение влияет на развитие всей отрасли в целом.

При этом Tesla не игнорирует совершенствование предоставляемых услуг. Для примера, в 2020 году количество электростанций для зарядки их автомобилей в России превысило 300 штук. Именно поэтому сегодня автомобили Tesla единственные позволяют движение на длительной дистанции, так как альтернативные бренды не имеют такой инфраструктуры для поддержания работы аккумуляторов.

Использование инноваций – самая современная стратегия, при наличии достаточных инвестиций, для выхода компании на абсолютно новый уровень. Компания Tesla создала комплексную стратегию не просто изменения модели автомобиля, а трансформации всей отрасли. В их стратегию входят уникальные разработки: от оборудования до работы с системными ограничениями. Но самым главным их преимуществом является привлечение инвестиционного капитала за счет публичного обсуждения новаторских подходов и идей, которые привлекают финансирование для их реализации.

Список литературы

1. Герасименко А.В. Финансовый менеджмент - это просто. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 482 с.

2. Реймонд М. Исследование трендов. – М.: МИФ, 2020. – 240 с.

3. Шорохов А.А. Илон Маск: изобретатель будущего. – М.: АСТ, 2018. – 272 с.

4. Губанова Е.В. Инновационная активность организаций Калужской области. В сборнике: Пути социально-экономического развития региона: финансовое обеспечение, перспективы и направления оптимизации Калужский филиал Финансового

университета при Правительстве РФ. Под редакцией Пироговой Т.Э., Никифорова Д.К. 2015. С. 162-166.

5. Хахалин Д.И., Губанова Е.В. Развитие системы управления организацией как инструмент решения возникающих проблем // Калужский экономический вестник. - 2018. - № 2. - С. 13-16.

6. Губанова Е.В. Анализ инновационной инфраструктуры региона // Калужский экономический вестник. - 2016. - № 2. - С. 35-40.

Чагина Э.Ф.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Губанова Е.В.

Калужский филиал Финуниверситета

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК СОВРЕМЕННЫЙ СПОСОБ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

«Относись к работе, как к игре. И тебе никогда не придется жаловаться на трудную работу» [3]. Это высказывание становится все более актуальным и востребованным на предприятиях с современным подходом к управлению персоналом.

Термин «геймификация» происходит от английского «game» – «игра». За рубежом эту практику внедряют уже почти 10 лет во всех передовых компаниях и плотно занимаются изучением этой технологии, в то время как в России им пользуется около 7% компаний. Этот инструмент помогает перевести рутинные задачи в игровую форму.

Геймификацию достаточно просто внедрить и эффективность сотрудников возрастет в разы, что поможет компании быстрее развиваться. Благодаря данному способу можно направить деятельность работников организации на следование миссии компании, при этом они не чувствуют дополнительных обязанностей на рабочем месте.

Во время игрового процесса сотрудники решают задачи вне зависимости от тех усилий, которые они тратят на реализацию. В процессе геймификации сотрудников мотивирует конечная цель, результат, и они действительно желают достичь успеха в своей деятельности [2]. При этом, главная особенность использования данного инструмента на предприятиях, является то, что сотрудники, которые долго работают в рамках одной компании, меньше вовлечены в геймифицированные процессы, чем более молодые и недавно пришедшие сотрудники. К тому же, внедренная технология создает на рынке конкурентоспособную позицию для предприятия.

В ближайшее время в российских компаниях будут постепенно появляться геймифицированные процессы, так как часто

мы перенимаем опыт зарубежных предприятий и активно используем его в своих целях. Уже сейчас на рынке России появились несколько профильных консалтинговых компаний, которые помогают внедрять этот инструмент и интегрировать его с любой системой.

Так, в рамках одной из ИТ-компаний была внедрена система геймификации. В первую очередь, появилась своя система валюты, которую можно зарабатывать и тратить. Зарабатывать можно, например, путем ответов на стратегически важные для компании опросы, затратив при этом минимум усилий и получив “награду”.

Можно управлять определенными группами и их мотивацией путем внедрения соревновательных мероприятий, добавляя за дополнительный вклад определенные “баллы”, по итогу которых всегда есть победитель или группа победителей, что способствует здоровой конкуренции. Так, например, среди инженеров технической поддержки компании можно устроить турнир, по итогам которого сотрудник, который помог наибольшему числу обратившихся получает определенные поощрения. Надо не забывать о правильной организации аналогичных турниров и подойти к этому серьезно: презентовать достойный приз, открыто вести “подсчет” баллов, подсвечивать наиболее результативных сотрудников.

Соревновательная геймификация может принести организации количественные и качественные результаты, выраженные в том числе в финансовом успехе [1].

Таким образом, геймификация является довольно современным и необычным для российского рынка методом управления персоналом. Но грамотное внедрение в компании может привлечь дополнительный капитал, повысить качество и скорость работы сотрудников.

Список литературы

1. Зиккерман, Г., Линдер, Дж. Геймификация в бизнесе как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием. - М.: Манн, Иванов и Фербер, Издательство: Новое поколение, 2014.

2. Пузина Н.В. Международный опыт геймификации для HR российских организаций. – М.: Издательство: Инновационное образование и экономика, 2013.

3. Шатилова Е. Геймификация в бизнесе: fun and profit. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://hr-portal.ru/blog/geymifikaciya-v-biznese-fun-profit> (дата обращения 05.06.2021).

4. Губанова Е.В. Оценка трудовой мотивации персонала. В сборнике: Приоритеты экономического роста страны и регионов в период постпандемии. Сборник материалов Всероссийской научно-

практической конференции. Под редакцией О.Н. Пронской. 2020. С. 363-366.

5. Губанова Е.В., Гришкова Ю.Н. Инвестиции в человеческий капитал как ключевой фактор развития региона / Е.В. Губанова, Ю.Н. Гришкова // Калужский экономический вестник. - 2019. - № 2. - С. 66-71.

Чернышова А. О.

Научн. рук.: докт экон. наук, доц. Поляков В.А.

Тульский филиал Финансового университета

ВЫСТАВКА КАК ВАЖНЫЙ ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Выставочная индустрия сегодня является важным инструментом коммуникации и эффективной формой взаимодействия субъектов и элементов экономических процессов рыночной экономики не только в рамках региональных и отраслевых национальных рынков, но и на глобальном всемирном рыночном пространстве

Каждый год в мире проходит около 30 тысяч всевозможных выставок, в которых участвуют 4,5 млн. компаний-экспонентов и более 270 млн. посетителей. Рассмотрим динамику посещаемости выставок на примере выставки «Продэкспо» в период с 2014 по 2021 год (рисунок 1) [5].



Рисунок 1 – Динамика посетителей и участников выставки «Продэкспо» 2014-2021 гг.

Таким образом, этот показатель отражает актуальность тематики выставочных мероприятий. Можно сделать вывод о том, что в период с 2014 по 2020 год количество участников и посетителей выставки

увеличивается, соответственно интерес к выставке растет. Это означает, выставка является эффективным инструментом маркетинговых коммуникаций. Однако в 2021 году произошел спад количества посетителей и участников. Выставку посетили 50280 человек и 1554 участника. Данный спад связан с эпидемиологической обстановкой в России, которая негативно повлияла как на всех сферах деятельности, в том числе и на экономическую [4].

Основными преимуществами выставки являются:

- выставка является более интенсивным и действенным информационным каналом, причем, его эффективность и экономичность возрастают при сужении специализации выставки;

- выставка является самым убедительным информационным поводом для использования инструментов PR, рекламы, промо- акций;

- PR-составляющая выставки дает уникальную возможность привлечь внимание к экспоненту представителей СМИ, органов власти, профильных и профессиональных объединений; многие предприниматели ставят принятие окончательного решения об участии в выставке в зависимости от объема информационной поддержки выставки и количества привлеченных СМИ;

- выставка служит контактным полем для сбора первичной маркетинговой информации;

- выставка позволяет осуществить целевой сбор данных о конкурентах, сформировать новые деловые отношения с партнерскими секторами рынка;

- выставка дает возможность оперативной корректировки существующей системы цен, определению возможных ценовых диапазонов и, как результат, формированию имиджа компании с четко определенной, но в тоже время, гибкой ценовой политикой [1].

Компания ГидМаркет в своем исследовании проанализировала структуру выставочного рынка по тематике проводимых в России выставок на основании данных, составленных Российским союзом выставок и ярмарок.

Для примера на диаграмме структура рассчитана ГидМаркет согласно долям выставок указанных тематик в суммарно занимаемой площади. Подробно представлены тематики, занимающие в структуре не менее 2%. В топ-5 по суммарно занимаемой площади вошли следующие тематики выставок:

- Авиация, космос с долей 11,4%;
- Вооружение, военная техника с долей 10,0%;
- Сельское хозяйство с долей 8,7%;

-Машиностроение, металлообработка, станки, промышленное оборудование с долей 8,2%;

- Продукты питания с долей 7,4%.

Среди вышеуказанных 5 наиболее масштабных тематик по площадям 3 также являются самыми масштабными и по 2 другим критериям: по количеству посетителей-специалистов и количеству экспонентов. Это тематика «Сельское хозяйство», «Машиностроение, металлообработка, станки, промышленное оборудование» и «Продукты питания». Также из тематик, занимающих долю более 5% по каждому из критериев, можно выделить «Строительство, отделочные материалы и комплектация».

Также по некоторым категориям выставок можно выделить особенности, к примеру, по тематике «Безопасность, пожарная безопасность, охрана труда» доли по площадям выставок и количеству экспонентов невелики, но такие выставки посещает значительное количество специалистов в указанной сфере, что приводит к большей эффективности использования площадей и стендов. Для тематики «туризм и отдых» характерно значительное количество небольших компаний-участников (доля экспонентов составляет 8% и долей по двум другим критериям менее 4%), расположенных на небольших площадях, что говорит о высоком уровне конкуренции между участниками выставок [6].

Помимо продвижения классических методов продаж посредством выставки, есть и другие возможности сбыта, предоставляемые выставкой. Выставка используется для совместных контактов всех участников цепей оптовых продаж, их контактов с производителями и конечным покупателем. Это позволяет выработать единую позицию и единую политику по продвижению продаж во всех звеньях оптово-розничной сети, что будет иметь все большее значение по мере развития современного рынка в России. Во-первых, при оценке существующих каналов сбыта собирается информация о работе своих дистрибьюторов и торговых представителей. Эта информация становится основой для корректировки и оптимизации системы сбыта или для ее коренной перестройки. Во-вторых, на выставке происходят первые контакты с потенциальными фирмами-продавцами, дистрибьюторами и торговыми агентами с целью перспективной разработки торговой сети в новом регионе или в смежном секторе рынка. В-третьих (для региональных выставок), приобретается опыт в расчете логистических цепочек для доставки товара в регион с учетом актуальных и персонифицированных условий такой доставки [2].

Используя информацию, полученную на выставке, предприниматели проводят сегментацию своего сектора рынка и собственное позиционирование. Этот процесс способствует не только формированию конкурентной среды рынка, но и его сегментационной устойчивости, позволяя каждому предложению занимать на рынке свою определенную нишу. В данном случае этот процесс ведет к повышению устойчивости сегмента и расширению сферы применения цивилизованных форм поведения на рынке [3].

Таким образом, можно утверждать, что с позиции современного российского предпринимателя выставки занимают особое место, поскольку они обеспечивают более полное и разностороннее воздействие на целевые аудитории выставочной отрасли, делая рекламную и маркетинговую программы еще более эффективными. Выставки являются концентрацией коммуникативных и маркетинговых инструментов, являясь при этом важным элементом комплекса маркетинга, оказывая воздействие на коммуникационную политику, ценообразование, распределение и товарную политику.

Список литературы

1. Романенкова О. Н. Маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для прикладного бакалавриата. М.: ИНФРА-М. 2020. 452 с.
2. Сулейманова К.А. Выставочная индустрия за рубежом в 2020 году – анализ и перспективы развития//Московский экономический журнал № 6. 2020 [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-vystavochnoy-otrasli-v-rossiyskoy-federatsii-problemy-i-puti-ih-resheniya> _____ (дата обращения 18.04.2021)
3. Улановская О.Н. Современное состояние выставочной отрасли в Российской Федерации: проблемы и пути их решения. Российское предпринимательство № 8. 2019 [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-vystavochnoy-otrasli-v-rossiyskoy-federatsii-problemy-i-puti-ih-resheniya> _____ (дата обращения 18.04.2021)
4. Продэкспо. [Электронный ресурс] <https://www.prod-expo.ru> (дата обращения 18.04.2021)
5. Российский союз выставок и ярмарок. [Электронный ресурс] <https://ruief.ru/proekty-rsvuya/statistika/#/> (дата обращения 18.04.2021)
6. Экспоцентр [Электронный ресурс] <https://www.expocentr.ru> (дата обращения 18.04.2021)

Шмулик Т.В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тулский филиал Финуниверситета

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ВАЛЮТНЫХ ОПЕРАЦИЙ

В современных экономических условиях как малый, так и крупный бизнес активно взаимодействует с множеством контрагентов, в том числе зарубежных. При осуществлении внешнеэкономической деятельности юридическому лицу требуется переводить валюту для оплаты импортных закупок или получения экспортной выручки. Для успешного сотрудничества с зарубежными контрагентами компаниям необходимо иметь валютные счета. Российские компании вправе хранить денежные средства не только в рублях, но и на расчетных счетах в банковских и кредитных организациях, открытых в иностранной валюте.

Ключевой проблемой при учете иностранной валюты является постоянное изменение валютного курса, которое может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на финансовое состояние организации. Кроме того, в условиях волатильности каждой организации необходимо иметь четкую систему учета и контроля операций с валютой.

Операции предприятий по движению безналичных средств в иностранных валютах систематизирует счет 52 «Валютные счета» [3, с. 19]. Основанием для формирования оборотов и остатков по валютным счетам служат выписки обслуживающих финансовых учреждений с комплектом приложенной денежно-расчетной документации.

Отражение в бухгалтерском учете валютных операций регламентируется нормами ПБУ 3/2006. Стоимость активов, приобретенных за иностранную валюту, или величина денежных средств на валютных счетах при ведении учета и составлении отчетности должны быть переведены в рублевый эквивалент [2].

Для правильного осуществления бухгалтерского учета валютных операций, ведущую роль играет время определения даты совершения операции. Именно дата совершения валютной операции определяет курс иностранной валюты, на основе которого бухгалтер предприятия будут пересчитывать иностранную валюту в рубли РФ. Курс валют берется с привязкой к следующим датам:

- день совершения сделки;
- дата проведения платежа;

- отчетная дата (актуально для денежных средств и задолженности);

- дата, которой руководитель утвердил авансовый отчет (при зарубежных командировках) [4].

По валютным счетам предприятия могут использовать субсчета:

Для счетов в иностранной валюте, открытых на территории России – 52.1.

Для валютных счетов в зарубежных банках – 52.2.

Аналитика ведется в разрезе всех счетов, предназначенных для хранения средств предприятия в иностранных валютах.

В процессе деятельности организации оценка валюты в рублевом эквиваленте может меняться из-за колебаний курса валют. В результате возникают курсовые разницы, которые могут быть положительными или отрицательными.

Положительная курсовая разница возникает, если стоимость активов выросла, а стоимость пассивов снизилась. Иными словами, положительная для продавца, когда курс валюты растет и для покупателя, когда снижается.

Отрицательная, если стоимость активов упала, а пассивов выросла. Отрицательная для продавца, когда курс валюты снизился, для покупателя – когда вырос.

Разница из-за изменения курса иностранных денег не появляется при уплате аванса, предоплате, частичных поставках и пр. Разница выявляется только при полном погашении всех обязательств, либо на конец отчетного периода.

При отражении итогов перевода валютных ценностей в рублевый эквивалент используют следующие типовые корреспонденции:

- Если применяется валютный счет, положительная курсовая разница показывается путем дебетования счета 52 и кредитования 91.1.

- Записью Д52 – К91.1 фиксируется сумма дополнительного дохода в результате изменения курса валют.

- Отрицательный итог перерасчета валюты фиксируется через проводку Д91.2 – К52 [5].

Рассмотрим особенности формирования курсовых разниц на примере организации ООО «СтройИнвест», которая занимается продажей строительных материалов и оборудования как в России, так и за рубежом.

ООО «СтройИнвест» на валютном счете имеет 17 000 казахстанских тенге. Поступили валютные средства 14 марта 2020

года, на конец месяца они не были потрачены. Как отразить это в учете:

- 14 марта в учете резервируются средства для покупки валюты: Д57 – К51 в сумме 3 060,92 руб.;

- в этот же день проведена процедура зачисления тенге на валютный счет (17 000 тенге) Д52 – К 57 в сумме 3 060,92 руб. (курс валют ЦБ РФ на 4 сентября был на уровне: 18,0054 руб. за 100 тенге);

- при закрытии месяца осуществлен перерасчет валютных средств по обновленному курсу ЦБ (17,4278 18,0626 руб. за 100 тенге) – полученная стоимость 2 962,73 руб. оказалась ниже прежнего показателя на 98,19 руб. (3060,92 - 2962,73);

- последним днем марта делается проводка – отрицательная курсовая разница по валютному счету фиксируется в расходах: Д91.2 – К52 в сумме 98,19 руб.

При покупке за валюту материальных активов их стоимость пересчитывается в рубли на дату оприходования нового основного средства или МПЗ. С этого момента стоимостная оценка актива утрачивает привязку к курсу валют, но сохраняется зависимость размера непогашенных обязательств по совершенной сделке от валютных колебаний [4].

ООО «СтройИнвест» приобрело оборудование у поставщиков за 5550 евро при условии, что расчет будет осуществлен в рублях по официальному курсу. Дата постановки актива на учет 12.09.2018, а оплата прошла 18.09.2018.

12.09.2018 были сделано оприходование основных средств Дт 08 – Кт 60 в сумме 451 737,81 руб. (5550 x 81,3942 по курсу на 12.09.2018). Эта стоимость будет первоначальной для актива.

На дату оплаты курс евро изменился – он стал равен 79,3595 руб. В связи с этим был пересчитан рублевый эквивалент обязательств перед поставщиком, который составил 440 445,23 руб. (5550 x 79,3595). Оплата произведена: Дт 60 – Кт 51 в сумме 440445,23 руб.

Затем была вычислена положительная курсовая разница Дт 60 – Кт 91.1. Сумма разницы в размере 11 292,58 руб. (451 737,81 – 440 445,23) относится на прочие доходы в бухучете и на внереализационные доходы в налоговом учете, первоначальная стоимость актива (451 737,81 руб.) в учете не меняется.

При продаже товаров за рубеж также необходимо учитывать особенности валютных операций. Аванс на дату перечисления пересчитывается один раз – в момент перечисления средств. Оставшуюся сумму необходимо пересчитать, когда товары будут приняты на учет.

В России обязательным элементом работы любой компании с иностранной валютой является валютный контроль. Валютный контроль в нашей стране осуществляет Правительство РФ, а кроме него, также органы и агенты валютного контроля. Валютный контроль работает в целях защиты интересов как государства, так и бизнеса. Нарушение валютного законодательства чревато для компаний последствиями в виде наложения крупных штрафов.

Компании, которые проводят сделки с относительно небольшими суммами (до 200 000 рублей) обязаны в рамках валютного контроля сообщить код валютной операции банку, отметив его в специальной форме.

Если же сделка превышает 200 000 рублей, но при этом ее размер менее шести млн рублей для импорта или трех млн рублей для экспорта, то потребуются предоставить банку дополнительные документы, объясняющие сделку, — сам контракт, счета, накладные.

При совершении еще более крупных сделок с валютой необходимо предоставить паспорт сделки.

Таким образом, в условиях глобализации мировой экономики и массового развития экспорта и импорта отечественным организациям необходимо знать специфику проведения операций с иностранной валютой на валютных счетах.

Бухгалтерский учет валютных операций решает ключевую проблему бизнеса в современных условиях, так как дает возможность осуществлять четкий контроль за использованием контрактов, своевременностью расчетов с иностранными партнерами, сохранностью импортных и экспортных товаров. Самое главное - позволяет проанализировать и определить эффективность внешнеэкономической деятельности по различным показателям.

Список литературы

1. О валютном регулировании и валютном контроле [Электронный ресурс]: федер. закон от 10.12.2003 N 173-ФЗ (ред. от 24.02.2021). СПС КонсультантПлюс.

2. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте" (ПБУ 3/2006) [Электронный ресурс]: Приказ Минфина России от 27.11.2006 N 154н (ред. от 09.11.2017). СПС КонсультантПлюс.

3. Бышок К. А., Сапунова Е. В. Особенности бухгалтерского учета в иностранной валюте// Экономика и бизнес, 2020. № 3. С. 17-24.

4. Бухгалтерский учет валютных операций (ПБУ, проводки) [Электронный ресурс] <https://nalog->

nalog.ru/valyutnye_operacii/buhgalterskij_uchet_valyutnyh_operacij_pbu_provodki/ (дата обращения: 04.05.2021).

5. Счет 52 в бухгалтерском учете [Электронный ресурс] <https://ppt.ru/info/plan-schetov/51> (дата обращения: 04.05.2021).

Щербатова В. Д.

Научн. рук.: преп. Щербатова Д. Д.

Бузулукский филиал Финуниверситета

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ОБЛАСТИ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

Туризм является одним из приоритетных развивающихся секторов экономики России, поскольку в современных условиях все больше внимания уделяется сфере услуг. Туризм представляет собой путешествия людей в другое государство или местность, которая отличается от места постоянного проживания, на период от одних суток до шести месяцев в течение одного календарного года либо с совершением не менее одной ночевки в разных целях, за исключением трудоустройства.

Развитие туризма имеет особое значение для улучшения финансового состояния нашей страны, поскольку эта отрасль выступает благоприятным фактором для повышения эффективности предприятий малого бизнеса, способных развиваться независимо от крупных ассигнований из бюджета, и перспективна для привлечения иностранных инвестиций в широких масштабах и в короткие сроки. Туристический бизнес стимулирует развитие других отраслей хозяйства: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи и т.д. Данный сектор экономики представляет большой интерес для предпринимателей в силу множества причин: небольшие стартовые инвестиции, повышающийся спрос на туристские услуги, высокая степень рентабельности и минимальный срок погашения затрат[2,3].

Туризм как экономическое явление связан с предпринимательской деятельностью по производству и предоставлению услуг[3]. Благодаря развитию данной отрасли происходит повышение качества жизни населения, деловой активности в стране, расширение инвестиционного рынка и укрепление международных отношений, а также открытие новых рабочих мест. Туристская деятельность, т. е. деятельность по организации путешествий, способствует развитию инфраструктуры гостеприимства и бережному отношению каждого человека к природе. Развитый рынок туристских услуг является одним из факторов

значительного улучшения экономики больших городов и дальних регионов России. Этим самым он становится заметной статьёй создания валового внутреннего продукта.

Туризм оказывает прямое и косвенное влияние на состояние экономики субъектов РФ, в которых он развивается. Прямое воздействие происходит в результате применения части доходов туристов на покупку ими продукции и услуг. Расходы людей, пришедших из других регионов и государств, представляют собой туристский импорт, т. е. ввоз в страну впечатлений от путешествий, который сопровождается одновременным вывозом путешественником денег из данной страны. Платежи за туристические услуги являются своеобразным вкладом во внешнеэкономическую деятельность России. Благоприятной считается ситуация, когда сумма импортируемой путешественниками валюты в страну больше суммы её вывоза за рубеж. Осуществляемые туристами денежные вложения в функционирование туристских фирм создают базу материального обеспечения персонала этих компаний, и в результате этого появляется возможность открыть новые рабочие места.

В нашей стране имеется множество шансов для развития туризма: уникальность российской природы, наличие множества обширных и разнообразных ландшафтов, не затронутых хозяйственной деятельностью человека. В современном мире интенсивно растет интерес к экологическому туризму, что является поводом для создания и развития особо охраняемых природных территорий, в т. ч. заповедников, заказников и природных парков.

Особо ценимые природные комплексы и уникальные объекты нередко встречаются в национальных парках. Одной из крупных охраняемых территорий данной категории является «Бузулукский бор», который расположен в Самарской и Оренбургской областях. Он получил статус национального парка 9 января 2008 г. на основании распоряжения Правительства РФ от 2 июня 2007 г. № 709-р «Об учреждении национального парка «Бузулукский бор»».

К сожалению, в Оренбургской области туристская деятельность развивается слабо, несмотря на все имеющиеся возможности. Распространенными причинами, ограничивающими развитие туристической отрасли в субъектах РФ, могут быть недостаточное применение зарубежного опыта, отсутствие эффективных механизмов для привлечения отечественных инвестиций и вкладов из-за рубежа в область российского туризма, распада комплекса туристских баз по месту проживания и другие причины.

На территории Бузулукского бора, который в последнее время посещает недостаточное количество туристов, для их привлечения рекомендуется следующее:

- создать СПА–комплексы и салоны на территории этого лесного массива;
- разработать новые туристические маршруты и провести хорошо оборудованные тропы;
- построить крытые комплексы для проведения банкетов и досуга;
- создать туристические базы и места для кемпинга;
- открыть оборудованный сафари-парк;
- организовать места для проведения выставок произведений народного творчества и культурных мероприятий;
- реконструировать гостиницы на территории существующих населенных пунктов;
- создать центры для осуществления спортивных занятий.

Для разработки вышеуказанных элементов инфраструктуры туризма в Оренбургском крае стоит применять кластерный подход в финансовой политике. Он является перспективным инструментом, направленным на повышение конкурентоспособности, развитие экономики, рост уровня жизни населения и т. д. Туристские кластеры представляют собой комплекс организаций и фирм, взаимодействующих в развитии турпродукта на конкретной территории[1]. Важным звеном кластера является сами туристы, на которых направлена вся деятельность туристических компаний, но при этом выпускаемая ими продукция и услуги должна вызывать интерес у клиентов. Важнейшую роль в развитии кластера выполняют как вклады в туризм, так и объединения усилий органов власти для оказания содействия возможным участникам кластера в государственной поддержке туристских предприятий.

В регионах нашей страны, в т. ч. в Оренбургской области, можно открыть новые многопрофильные научно-исследовательские институты, способствующие глубокому изучению компонентов кластера, в т. ч. туристического, его перспектив развития, а также увеличению численности квалифицированного персонала. Образование является дополнительным ресурсом для улучшения состояния экономики турфирм и основой для развития научного и образовательного туризма.

Привлечению частных инвестиций для внедрения проектов по развитию туристической отрасли в Оренбуржье способствует финансовая политика, которая направлена на организацию

государственно-частного партнерства в этом секторе. Оно, в свою очередь, помогает улучшить инфраструктуру туристических районов посредством финансирования процесса создания инженерной инфраструктуры через федеральные целевые программы. Частные инвесторы финансируют строительство средств размещения организаций общественного питания и досуга. Основным плюсом государственно-частного партнерства является возможность применять сторонние инвестиции для предотвращения кризисной ситуации во время стагнации экономики государства.

Таким образом, в Оренбургской области существуют приоритетные направления в области финансовой политики. Одним из способов улучшения финансового состояния данного региона РФ является развитие туристической деятельности. Туризм как социально-экономическое и политическое явление оказывает значительное воздействие на состояние национального хозяйства страны, а также способствует укреплению связей с народами зарубежья. Улучшить экономическое положение туристических предприятий помогает наличие подготовленных специалистов, разработка проектов государственно-частного партнерства, а также создание инвестиционного фонда. Развитие туризма в регионах России позволяет расширить материальную базу и духовные ценности, а также иметь представление об историческом прошлом нашей Родины, формирующим общественный опыт, переходящий из поколения к поколению.

Список литературы

1. <https://moluch.ru/archive/89/18335/> Кластерный подход как основа инвестиционной стратегии региона (дата обращения: 14.03.2021).
2. https://studbooks.net/650938/turizm/ponyatie_turistskogo_eksporta_importa Понятие туристского экспорта и импорта (дата обращения 14.03.2021)
3. https://studwood.ru/1141320/turizm/vliyanie_turizma_obschestva Влияние туризма на жизнь общества (дата обращения 17.03.2021)
4. <http://buzulukskiybor.ru/userfiles/ufiles/Развитие%20экологического%20туризма%20в%20национальном%20парке.pdf> Развитие экологического туризма в национальном парке (дата обращения 15.03.2021)
5. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Туризм> (дата обращения 13.03.2021)

6. https://studopedia.net/10_27791_vliyanie-turizma-na-ekonomiku-strani-i-regiona.html Влияние туризма на экономику страны и региона (дата обращения 12.03.2021)

Юлин С.А

Научн.рук.: канд. тех.наук, доц. Городничев С.В.

Тульский филиал Финуниверситета РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИКИ В РОССИИ

На данный момент уровень расходов логистике - один из самых высоких мире. Совокупных расходы в данном направлении составляют порядка 20% ВВП.

Разница между мировыми показателями обусловлена масштабами РФ, только данная деятельность имеет низкую эффективность.

Неэффективная логистическая деятельность - то, что является препятствием на пути развития страны. Государство, разрешив данную проблему, наладит затраты на данную деятельность и будет способствовать сокращению рабочего капитала компаний. Сравним относительные затраты зарубежных стран и эффективность логистики, по сравнению с Россией (рис.1)

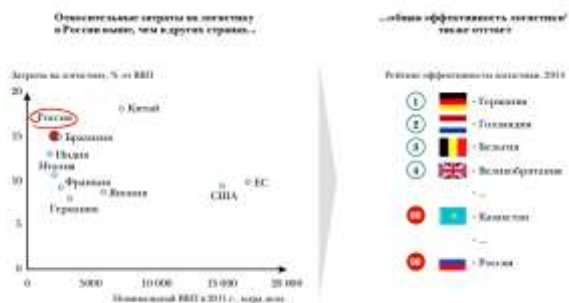


Рисунок 1-затраты и эффективность логистики зарубежных стран и России

При обостряющейся конкуренции на рынке, эффективная логистика становится одним из рычагов конкурентной борьбы. Отечественные производители испытывают давление со стороны зарубежных брендов. Качественная доставка становится важным конкурентным преимуществом - элементом бизнес-модели.

Но все же пока что для многих российских компаний это всего лишь часть производственного планирования. Большинство

управленцев видят под логистикой обычную доставку товара, закрепленную несколькими договорами.



Рисунок 2- структура транспортно-логистических услуг

На основе рисунка 2 можно выделить некоторые особенности логистики в стране:

- Доля аутсорсинга транспортно-логистических услуг не превышает 20%, в то время как среднемировой показатель 40-50%;
- Передаваемые на аутсорсинг услуги ограничиваются входящей и исходящей логистикой;
- Часть базовой услуги транспортировки выше, чем во многих странах, но при этом ниже доля сервисов 3PL/4PL;
- В большинстве стран компании акцентируют внимание на отдельных ступенях пирамиды, в то время как в России доминирует интегрированная модель транспортно-логистических компаний;

Одним из ярких примеров транспортно-логистических компаний является - ОАО РЖД. Компания управляет и инвестирует железнодорожной инфраструктурой по всей стране, предоставляет различные виды услуг потребителям, и перевозит сырье для различных сегментов рынка.

В последнее время рынок в сфере логистики активно рос темпами более 19% ежегодно. По оценке экспертов, в ближайшие 10 лет тем роста данного рынка должен составлять около 15 %.

Этот рост будет связан:

- ✧ Во-первых, с ростом спроса услуг и усложнением иерархических ступеней логистики;
- ✧ Во-вторых, с активным применением аутсорсинга;
- ✧ В-третьих, изменение структуры кругооборота;

Опираясь на вышесказанное, можно сделать вывод, что данный рынок активно развивается, но есть проблемы, которые препятствуют его развитию:

- Некачественная транспортировка продукции;
- Не развитая инфраструктура из-за недостаточного инвестирования, это можно разглядеть на рисунке 3.
- Таможенные, тарифные и нормативные барьеры;
- Нехватка компетенций и недостаток масштаба бизнеса в сфере логистики;



Рисунок 3 - инвестирование в транспортную инфраструктуру в России и в зарубежных странах

Для того ,чтобы данная сфера развивалась стоит провести ряд действий, которые помогут сделать логистику в стране более эффективной и надежной, а также поможет создать более единую логистическую систему. К таким действиям относятся:

- ◆ Логистика как единая цепь, взаимосвязанных элементов;
- ◆ Повышение затрат на данную отрасль;
- ◆ Повышение базовой эффективности логистической сферы деятельности;
- ◆ Снятие барьеров, для комфортного развития;
- ◆ Получение нужных навыков персоналом;
- ◆ Представление новых продуктов на рынке и постановка новых задач;
- ◆ Помощь и взаимосвязь компаний;

Со временем конкуренция на рынке будет расти и клиенты будут хотеть новой продукции и услуг. Поэтому компаниями при меньших затратах надо будет удовлетворить желание потребителя. Осознавая важность логистики, многие производители будут обращаться к специалистам в данной сфере. При этом важно чтобы были хорошо подготовленные кадры, а также технологии , ведущие к развитию систем управления.

Итак, для становления логистики в России стоит вести совместную деятельность всем субъектам, начиная от Государства и заканчивая грузоотправителями, также предлагать новые технологии для более эффективной деятельности компаний и подходить к каждому потребителю индивидуально. К тому же активно стоит обучать

специалистов в этой области, прививать им нужные компетенции , чтобы в будущем они могли с легкостью справляться с поставленными задачами.

Список литературы

1. Бредихина А. В. Молодой ученый // История логистики в России: 2021, № 4 (346). 393-395 с.
2. Логистика в России: новые пути раскрытия потенциала [Электронный ресурс]: logist.ru

Яременко М.В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.

Тульский филиал Финуниверситета

ПРОВЕРКА МЕТОДОВ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ПО УЧЕТУ РАСЧЕТОВ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ

Деятельность каждого предприятия всегда связана расчетами с контрагентами, которыми являются: покупатели, поставщики, заказчики, подрядчики, следовательно, взаиморасчеты с ними имеют ключевое значение в деятельности, и выступают основным звеном в работе организации. Правильность учета расчетов с поставщиками и подрядчиками имеет большое значение для последующего отражения фактов хозяйственной деятельности и ведения бухгалтерского учета в целом. В связи с этим, необходимо осуществлять внутренний контроль деятельности сотрудников, которые занимаются учетом расчетов с поставщиками и подрядчиками, и менеджеров, которые способны повлиять на эти расчеты [5, с.38].

Значение учета расчетов с поставщиками и подрядчиками определяется его задачами:

- формирование полной и достоверной информации о состоянии расчетов с поставщиками и подрядчиками;
- контроль за правильностью оформления первичных документов по расчетам с поставщиками и подрядчиками;
- контроль за соблюдением форм расчетов – своевременность выполнения расчетов с поставщиками и подрядчиками;
- контроля за состоянием кредиторской задолженности организации [5].

В современных условиях система внутреннего контроля является актуальной для российского предпринимательства, так как он является неотъемлемой частью системы управления в целом. Достижение целей бизнеса зависит в основном от эффективности работы системы контроля в организации.

Хорошо поставленный внутренний контроль расчетов с поставщиками и подрядчиками позволяет иметь доступную аналитику и полный контроль над расчетными операциями и их оценкой в бухгалтерском и налоговом учете. Система внутреннего контроля как минимум выполняет функцию «последконтроля», а как максимум — обеспечивает достоверность всех участков бухгалтерского учета и формирования отчетности организации. Оценку системы внутреннего контроля необходимо проводить в разрезе участков учета [3, с.10].

В общем виде под внутренним контролем учета расчетов с поставщиками и подрядчиками понимается сформированный внутри экономического субъекта надзор и контроль за соблюдением нормативно-правовых актов, полнотой первичной документации, своевременностью предоставления достоверной бухгалтерской отчетности. Главная цель внутреннего контроля расчетов с поставщиками и подрядчиками является выявление и исправление ошибок в учете, обеспечение формирования достоверной информации о поставщиках и подрядчиках, необходимой пользователям для принятия управленческих решений, а также разработка рекомендаций по упорядочению расчетов и снижению кредиторской задолженности [1, с. 20-21].

Основным моментом в проверке методов внутреннего контроля по учету расчетов с поставщиками является мониторинг. В процессе проверок расчетов с поставщиками и подрядчиками должны быть решены следующие задачи [4, с.65]:

Подтверждено наличие и правильность оформления полученных документов по поставке товарно-материальных ценностей (договоры, акты сверок расчетов и др.);

Подтверждена достоверность осуществления и учета расчетов за поставленные товарно-материальные ценности, и услуги, которые были оплачены как денежными средствами, так и с применением векселя, или при помощи зачета взаимных требований и т.п.;

Установлена достоверность оценки полученных товарно-материальных ценностей (работ, услуг) по сделкам бартера;

Подтверждена достоверность, полнота и своевременность учета купленных товаров и учета выполненных работ;

Установлена достоверность учета претензий и авансов, выданных;

Подтверждена достоверность отражения операций по соответствующим статьям баланса сумм кредиторской задолженности;

Выявлены причины и давность в образовании задолженности в расчетах.

Информационными источниками проверки внутреннего контроля учета расчетов с поставщиками и подрядчиками являются:

- правильно оформленные и подписанные с двух сторон договоры на поставку ТМЦ (выполнение работ, оказание услуг);
- подписанные акты сверок расчетов;
- протоколы по зачету взаимных требований;
- инвентаризационные ведомости по расчетам с контрагентами;
- векселя;
- платежные документы;
- книги покупок и учетные регистры;
- Главная книга, итоговая (годовая) отчетность и т.д.

По задолженности в разрезе каждого поставщика и подрядчика должно быть соблюдение сроков исковой давности (три года если иное не предусмотрено договором или дополнительным соглашением к договору). В противном случае задолженность должна быть зачислена на 91 счет «Прочие доходы и расходы». Также необходимо подвергать проверке операции по списанию с Кт 60 счета на себестоимость тех сумм, которые не могут относиться к производственной деятельности предприятия [2, с.44].

Также необходимо удостовериться в достоверности правильности оформления выданных и полученных авансов. Здесь необходимо провести анализ счета 60 субсчет «Расчеты по выданным авансам». В процессе анализа учетных регистров и первичных документов можно выявить обоснованность выдачи авансов (также и в валюте), правильность отражения операций в аналитическом учете по счету 60, сопоставить данные аналитического и синтетического учета; правильность выделения НДС по суммам авансов.

Также в организации к поставщикам и подрядчикам могут возникать претензии, которые могут спровоцировать следующие обстоятельства:

- Отклонение по ценам и тарифам от заключенных договоров на поставку ТМЦ;
- Наличие в расчетных документах арифметических ошибок;
- Качество поставленных ТМЦ не соответствует оговоренным стандартам или не соблюдены технические условия;

Также претензии могут быть направлены в адрес транспортной компании при обнаружении недостачи поставленных ТМЦ, а также в банк если будут выявлены случаи по ошибочному списанию или зачислению денежных средств на расчетный счет предприятия, и т.д.

Учет по таким родам расчетов должен быть произведен на счете 76 с открытием субсчета «Расчеты по претензиям». При проверке данных

расчетов особое внимание следует обратить на правильность и своевременность отражения документов, правильность оформления документов, наличие обоснования, выделение корреспонденции счетов. Аналитический учет должен осуществляться в разрезе каждой предъявленной претензии.

При проверке необходимо учитывать следующие факты:

- претензия оформлена в письменном виде;
- в претензии указаны предъявленные требования;
- должна быть оговорена фиксированная сумма;
- должны быть предоставлены доказательства, указанные в требовании;
- должны быть указаны ссылки на соответствующие нормативные акты.

Претензии должны быть отправлены заказным или письмом с объявленной ценностью, также по факсу или электронной почте (с последующим предоставлением оригиналов документов) или вручается под расписку. Претензии должны быть рассмотрены в срок не более 30 дней, если иные сроки не предусмотрены заключенным договором.

Ответы на претензии должны быть оформлены в письменном виде. Если ответ на претензию не был получен у установленный срок, предприятие в праве обратиться с иском в арбитражный суд.

Также в процессе контроля по расчетам на счете 76 необходимо проверить отсутствие сумм по недостачам и потерям товарно-материальных ценностей, которые предприятию в установленном порядке не возмещены и по которым отсутствуют, или оформлены не надлежащим образом документы, подтверждающие право на списание, а также должны быть исключены факты по хищению ТМЦ со стороны должностных лиц. При необходимости провести внутренне расследование для выявления лиц, которые могут быть причастны к возникновению претензии к предприятию, и при необходимости взыскать с них ущерб.

Также необходимо контролировать соблюдение графика документооборота. При необходимости можно проследить за движением конкретного документа и исполнением сроков его создания и обработки.

Также в процессе проверки внутреннего контроля следует обратить внимание на то, как именно в данной организации происходит информационный обмен между службой внутреннего контроля и руководителями предприятия.

Таким образом проверка внутреннего контроля должна быть осуществлена или проконтролирована руководителями предприятия, поскольку одни только результаты внутреннего контроля могут подтвердить ошибки и нарушения, и их нельзя считать подтверждением исправления выявленных ошибок.

Список литературы

1. Завьялова Л. В. Финансовый контроль : практикум / Л. В. Завьялова ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского". - Омск : Издательство Омского государственного университета, 2020. - 67 с.: табл.

2. Калуцкая Н. А. Аудит: теоретические основы: учебное пособие / Н. А. Калуцкая, Л. В. Усатова; Минобрнауки России, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Белгородский государственный национальный исследовательский университет". - Белгород: Издательский дом "БелГУ", 2020. - 79 с.

3. Лебедева Е. М. Основы бухгалтерского учета: учебник : для программы среднего профессионального образования по специальности "Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)" / Е. М. Лебедева. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Академия, 2020. - 186,

4. Максименко Т. С. Развитие системы бухгалтерского учета в условиях рыночной экономики: теоретический и прикладной аспекты: [монография] / Т. С. Максименко, И. Н. Олейникова, С. Ю. Аваков, К. М. Буколова, Г. М. Щепотина. - Таганрог : ЧОУ ВО ТИУиЭ, 2020. - 165 с.

5. Решетнева М. Ф. Учет, анализ, аудит: проблемы теории и практики [Текст]: сборник научных трудов / М-во образования и науки Российской Федерации, Сибирский гос. аэрокосмический ун-т им. акад. М. Ф. Решетнева, Инженерно-экономический фак. - Красноярск : Сибирский гос. аэрокосмический ун-т им. акад. М. Ф. Решетнева, 2013-. 2020, № 24. - 2020. - 190, [1] с.: ил., табл.

