

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
САРАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

---

## «МОЛОДЕЖЬ И КООПЕРАЦИЯ»

Материалы XIV Межвузовской студенческой  
научно-практической конференции

(Саранск, 26 апреля 2022 г.)

САРАНСК  
«ТИПОГРАФИЯ  
«РУЗАЕВСКИЙ ПЕЧАТНИК»  
2022

УДК 334.735(063)  
ББК 65.9(2)421.8я431  
М754

Редколлегия:  
*Р.Р. Хайров* (отв. редактор),  
*Е.Г. Кузнецова* (зам. отв. редактора),  
*Е.В. Зотова* (отв. секретарь), *Т.В. Дворецкая*

Печатается по решению ученого совета Саранского кооперативного института (филиала) РУК.

**«Молодежь и кооперация»** [Текст] : материалы  
М754 XIII Межвуз. студенч. науч.-практ. конф. (Саранск, 26 апр.  
2022 г.) / [редкол.: Р.Р. Хайров (отв. ред.) и др.] ; Саран.  
кооп. ин-т (фил.) РУК. – Саранск : Тип. «Рузаев. печатник»,  
2022. – 148 с.  
ISBN 978-5-6044765-1-2.

В сборник вошли доклады, сделанные на XIV Межвузовской студенческой научно-практической конференции «Молодежь и кооперация», состоявшейся в Саранском кооперативном институте (филиале) РУК 26 апреля 2022 г.

Материалы предназначены для научных работников, преподавателей и студентов вузов, специалистов в области гуманитарных наук.

УДК 334.735(063)  
ББК 65.9(2)421.8я431

ISBN 978-5-6044765-1-2

© Оформление и составление.  
Саранский кооперативный  
институт (филиал) РУК,  
2022

## ПРЕДИСЛОВИЕ

В предлагаемый вниманию читателей сборник вошли материалы XIV Межвузовской студенческой научно-практической конференции «Молодежь и кооперация», которая состоялась в Саранском кооперативном институте РУК 26 апреля 2022 г. В своих выступлениях магистранты и студенты изложили собственное видение проблем развития потребительской кооперации, а также региона и страны в целом.

В совокупности вопросов, рассмотренных на конференции, выделяются следующие их разделы.

1. Бухгалтерский учет, анализ и аудит: история, современность и перспективы развития.
2. Кооперативное проектирование в экономике.
3. Современные тенденции теории и практики управления коммерческими организациями.
4. Обеспечение экономической безопасности хозяйствующего субъекта в условиях цифровизации.
5. Исследования в области юридических наук.

# БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ: ИСТОРИЯ, СОВРЕМЕННОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

## КОРРЕЛЯЦИОННЫЙ И РЕГРЕССИОННЫЙ АНАЛИЗ В АНАЛИТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ

Гульняшкина П.В., студент

Научный руководитель **Волгина И.В., доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

В нашем мире происходит множество процессов и явлений, которые влияют на окружающую среду, на экономические отношения, на политику и на все общество в целом. Важно понимать, что точное описание определяется количественным измерением причинно-следственных связей. Каждая связь имеет свою оценку, которая может воздействовать с помощью одних факторов на другие, также является одной из главных целей для решения задач по статистике.

Можно сказать, что задачи статистики представляют собой область изучения взаимосвязей, которые имеют количественное измерение, имеющие установку, а также характеристику сил, путем воздействия одних факторов на другие.

Для решения таких задач применяются 2 метода: корреляционный анализ и регрессионный анализ.

Корреляционный анализ в широком смысле представляет собой изучение связей со всех сторон, в то время как корреляционный анализ в узком смысле – изучается интенсивность или значимость связи – и регрессионный анализ характеризуется видом и способностью воздействия одного фактора на другого.

С другой стороны, можно пронаблюдать, что многие исследования объединили эти методы в один, который называется корреляционно-регрессионный анализ. Он представляет собой наличие целого ряда вычислительных процессов, каждый из которых дополняет друг друга при толковании результатов. Это метод имеет очень широкое распространение в области определения статисти-

ческих данных. Английский ученый Френсис Гальтон стал основателем порождения регрессионного метода в 1795 г., им же был создан термин корреляция, но к сожалению, в первый раз этот метод был приведен французским ученым палеонтологом Ж. Кювье. Также существуют ученые, которые работали над теорией анализа в области изучения статистики Карл Фридрих Гаусс (Германия), Андриан Мари Лежандр (Франция), Карл Пирсон (Англия) и многие другие.

Корреляционно-регрессионный анализ заключается в построении анализа экономико-математической модели в виде уравнения регрессии или по-другому корреляционной связи. Она необходима чтобы изучать массовые исследования, в которых определенным значениям в научном эксперименте измеряемая переменная находит связь с независимой переменной.

Например, в психологическом эксперименте используется время реагирования испытуемого на сигналы разной яркости. Время, которое затратилось у испытуемого (зависимая переменная) изменяется под влиянием сигналов разной яркости (независимая переменная). Этому есть разумное объяснение, т. к. берется огромное значение факторов, которые сложно изучить в анализе, на взаимодействие которых влияют неточные величины.

Корреляционно-регрессионный анализ предусматривает следующие этапы:

1) перспективный анализ – анализируются основные пути движения всего анализа, методика построения и оценка конечного результата и другие возможные значения, которые будут использоваться в будущем;

2) составление, получение, сортировка информации;

3) построение модели;

4) оценка и рассмотрение изменений динамики, построенной модели.

Можно сформулировать задачи корреляционного анализа следующим образом:

1) выявление факторов до самых мелочей, которые будут иметь влияние на получение желаемого результата, т.е. результативного признака;

2) выявление близости связей между факторами, определение причин и их оценке, которые влияют на конечный результат и осуществляют изменение, которое ведет к тесноте изучаемых факторов.

Задачи регрессионного анализа необходимы для определения вида зависимости, установления корреляционной связи и использования ее для оценки неизвестных значений зависимой переменной, тем самым определяя прогноз для выявления перспективных

значений результативного признака, с встроенными значениями факторных признаков.

При применении корреляционно-регрессионного анализа следует использовать следующие требования:

1) при исследовании берутся данные, которые имеют простое значение и должны изображать математически непрерывные функции;

2) каждый изучаемый процесс или явление факторного признака должны выражаться количественными характеристиками;

3) все факторные признаки должны иметь многочисленное значение исследуемых параметров;

4) изучаемые экономические процессы и явления, которые имеют причинно-следственные связи могут описываться линейной или побуждают к линейной форме зависимости;

5) не должно быть количественных ограничений, для построения связи в модели, т. к. они не смогут привести к предварительному результату, т. е. результативному признаку;

6) для каждого изучаемого факторного признака необходимо обеспечение времени и места для проведения анализа.

Для того чтобы определить связь факторных признаков используют методы: приведения параллельных данных; аналитических группировок; графический, корреляции.

Один из методов корреляционно-регрессионного анализа используется метод, который анализирует воздействие варианта факторного признака  $x$  на конечный  $y$ . Между ними устанавливается динамика несвободных точек и систем, где рассматриваются связи, описывающиеся уравнение, т. е. аналитическая связь, которая представлена следующими уравнениями:

1) прямой  $y_x = a_0 + a_1 x$ , где  $x$  – индивидуальное значение параметра,  $a_0$  и  $a_1$  – параметры уравнения регрессии,  $y_x$  – возможное значение предварительного результата. Уравнение показывает изменение факторного признака  $x$  на одну единицу  $y$ ;

2) параболы  $y_x = a_0 + a_1 x + a_2 x^2$ ;

3) гиперболы  $y_x = a_0 + a_1 \cdot \frac{1}{x}$ .

При стандартном или классическом подходе используется метод наименьших квадратов, который дает возможность получить такие оценки квадратов, которые имеют минимальные возможные отклонения результативного признака  $y$  от теоретических  $y_{xi}$ :

$$\sum (y_i - y_{xi})^2.$$

С помощью вышесказанных параметров строится аналитическая модель, которая представляется математическим уравнением регрессии. При проведении исследования математическое уравнение получает решение, которое образует значение, а именно: один па-

раметр выражает преимущество результативного признака, при неучтенных факторах, в свою очередь другой параметр, показывающий изменение результативного признака, при этом на столько же происходит изменение факторного на единицу его персонального измерителя.

Проверка существенности обобщенности в корреляционно-регрессионном анализе математических моделей формируется с помощью показателей тесноты.

Для проверки тесноты между связями используют следующие данные:

1) общая дисперсия, которая показывает разложение конечного результата (результативного признака), которая оказывает преобладающую роль каждого из факторов;

2) факторная дисперсия конечного результата, реализующая вариацию у от роли действующего фактора, которая способна только выявлять измерение количественных отклонений выровненных значений  $Y_x$ ;

3) остаточная дисперсия, показывает вариацию конечного результата у от всех других, кроме x факторов, которая показывает фактические отклонения от выровненных значений  $Y_{xi}$ ;

Зависимость между общей и факторной дисперсиями показывает тесноту связи:

$$R^2 = \frac{\sigma^2_{yx}}{\sigma^2_y}$$

Для того чтобы найти индекс корреляции или признак причастности. Он отображает какая часть конечного результата у обуславливает изменение факторного признака x:

$$R = \sqrt{\frac{\sigma^2_{yx}}{\sigma^2_y}}$$

При прямолинейной форме прочность связи строится по формуле линейного коэффициента корреляции r:

$$R = \frac{\sum xy - \frac{\sum x \sum y}{n}}{\sqrt{(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}) * (\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n})}}$$

С помощью всех показателей результативного признака и тесноты уравнения регрессии или корреляционной связи показывают связь между производительностью труда и предварительным анализом, который приведет к желаемому результату.

Формулы позволяют спроектировать ситуацию, которую хотелось бы получить в перспективе. А как регрессионный и корреляционный анализ осуществляется в жизни? В связи с этим, я бы хотела привести примеры регрессионного анализа и каким образом они влияют на жизнь общества:

1) изучить процессы явления на основе их моделей поступивших студентов в высшие учебные заведения для более точного понимания факторов, удерживающих студентов в том же учебном заведении, например, задолжники;

2) смоделировать явления и процессы, которые образовались путем миграции граждан с учетом факторов таких как, средний уровень миграции населения, наличие медицинских учреждений, школ, а также местонахождение;

3) исследование явлений, в следствии которых случились транспортные происшествия как функция скорости дорожных условий, погоды;

4) моделирование ущерба, которые были получены от пожаров как функции от таких переменных как, степень некачественного строительства зданий и сооружений, количество поджогов, время, которое затрачивается на потушенные пожары, стоимость имущества и т.д.

Таким образом, я пришла к выводу, что значение регрессионного анализа заключается в поиске самых важных факторов, которые оказывают воздействие на зависимую переменную.

Каким же образом корреляционный анализ влияет на жизнь граждан? Я приведу примеры корреляционного анализа и как он влияет на людей, а именно:

1) пишущая ручка в руке человека. Ручка будет двигаться в таком направлении, в каком движется рука человека. Если ручка находится без движения, значит в данный момент она приобрела состояние покоя. Но как только человек начнет писать она приобретает состояние движения и чем сильнее человек будет нажимать на нее, тем сильнее на бумаге будет оставаться ее отпечаток. Но в данном случае сильной зависимости между переменными нет, поэтому это будет функциональная связь. Нужно уметь разграничивать виды связей;

2) на протяжении времени суток люди сами не замечают, как сталкиваются с корреляционной зависимостью каждый день. Когда на улице меняется погода у людей в следствие этого меняется настроение, постановка целей человеком и получение результата могут существенно различаться, ощущение человеческого счастья и финансового успеха. Но люди опирается не на математические формулы, а доверяют своим мыслям, чувствам, разуму, интуиции. С другой стороны, все эти процессы жизнедеятельности можно математически рассчитать, а именно изобразить в виде цифр. Можно построить корреляцию с помощью коэффициента корреляции ( $r$ ), отражающего силу, степень, тесноту и направление корреляционной связи между случайными переменными;

3) сильная корреляция между величинами обуславливается сле-



десятью процессами. Образование одних причинно-следственных связей не означает, что эта связь аналогично перенесется и на другую. Парой ученые, проводя исследования выявляют связь между переменными на основе простых факторах, тем самым получают ошибочные сведения о образовании причинно-следственной связи, забывая, что коэффициент корреляции носит вероятностный характер. Например, количество граждан, которые пострадали от гололеда и число ДТП среди людей, пользующихся автотранспортом. Если же данные величины будут коррелировать между собой, но при этом между ними причинно-следственной связи нет, они будут имеют лишь связь, которая установилась по причине гололеда. А самое главное, если после исследования корреляционная связь не обнаружена между явлениями, это не является поводом для определения отсутствия связи которая может быть нелинейной, не выявляющейся с помощью корреляционных расчетов.

Подводя итог, можно сказать, что с помощью корреляционного анализа проводится изучение на выявления причинно-следственных связей между переменными, или (не причинно-следственной) между переменными, с помощью регрессионного анализа обуславливается наличие связи, зачастую с помощью математической функции.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Горидько, Н.П. Современный экономический рост: теория и регрессионный анализ: Монография / Н.П. Горидько, Р.М. Нижегородцев. М.: Инфра-М, 2017. 444 с.
2. Мещеряков, В.В., Задачи по статистике и регрессионному анализу с MATLAB. - М.: Диалог-Мифи, 2019 г. 448 с.
3. Слуцкий Л.Н., Анализ стабильности модели линейной регрессии во времени. М.: Синергия, 2018. 315 с.
4. Турманидзе, Т.У. Финансовый анализ: Учеб. пособие. М.: ЮНИТИ, 2017. 287 с.

#### ТРАНСФОРМАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

**Данилова В.А., студент**

Научный руководитель **Гудожникова Е.В., доцент**  
*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

В то время, когда происходило формирование бухгалтерского учета, когда в деятельности людей преобладали натуральные отношения, общество стало применять натуральные понятия, необходимые для толкования и систематизации фактов хозяйственной жизни, не выражая при этом источники их получения. Определе-

ния теоретической направленности, такие как капитал и прибыль, не использовались в связи со слабым экономическим развитием общества.

Бухгалтерские записи ввелись в одну строку, не дифференцируя при этом между собой разные признаки. Таким образом, данная практика учета в науке получила наименование учета униграфического.

Модели униграфического учета пришлось пройти несколько этапов исторического развития, представленных на рисунке.



Этапы исторического развития униграфического учета

Концом становления униграфического учета стал последний этап, так как сформировалась денежная оценка объектов. Независимо от учета предметов также стали регистрировать источники их появления. Для фиксирования источников учета собственности пришлось отражать их напротив предмета, что в современное время именуется дебитом и кредитом.

Выполнение подобной операции ознаменовало собой появление диграфической парадигмы, или по-другому именуемой «двойной записи». Нельзя с точной уверенностью сказать, что появление диграфической парадигмы связано с трудами одного или группы ученых. С большой вероятностью, это связано с удобством фиксирования хозяйственных фактов. На это, несомненно, повлияло более широкое использование денег и развитие торговых отношений.

В дальнейшем развитии диграфическая парадигма включила в себя математический аппарат анализа, также были введены новые

правила, например, такие как подсчет средств, в одних денежных знаках, а также внедрение абстрактных понятий прибыли и капитала. В последующем времени математические науки весьма сильно продвинули теорию диграфической парадигмы вперед, существование которой характерно и на сегодняшний день.

В то же время именно здесь содержится слабое звено бухгалтерского учета как научной дисциплины. Изменений диграфической парадигмы не наблюдалось много столетий, что влечет за собой неуверенность по поводу научности бухгалтерского учета.

Метод двойной записи более пяти веков является фундаментальной основой бухгалтерской методологии. В современном мире нет ни одного квалифицированного бухгалтера, представляющего ведение бухгалтерского учета без системы двойной записи.

С помощью метода двойной записи, как убеждены специалисты бухгалтерского сообщества, в бухгалтерском учете можно несомненно отразить любой факт финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации). Однако существуют примеры в многовековые практики введения бухгалтерского учета говорящие об обратном.

Имеющиеся ограничения метода двойной записи, определяются в фатах касаемых проблем инфляции: прибылей или убытков, которые получает организация за определенный период времени, отражения потерянной прибыли.

Метод двойной записи можно истолковать в нескольких различных интерпретациях. Рассмотрим толкование метода двойной записи, связанного с представлением двойной записи как способа формирования бухгалтерского баланса предприятия. Определенно сущность бухгалтерского баланса трактует идею метода двойной записи.

Факт финансово-хозяйственной деятельности организации, который отражается в бухгалтерском учете, несомненно, влияет на содержание баланса. Элементами баланса являются счета. Записи на счетах баланса отражают изменение статей баланса. Величина вариантов таких изменений определено самой балансовой моделью, и соответственно, ограничено.

Содержание вариантов изменения бухгалтерского баланса ограничивает порядок фиксации факторов финансово-хозяйственной деятельности методом двойной записи.

В бухгалтерском учете такие преобразования именуются модификациями и перестановками. Подчеркивают следующие виды модификаций, благодаря которым возрастают итоги бухгалтерского баланса, где возрастание внеоборотных активов связано с ростом таких статей баланса как:

- собственных источников средств;

- долгосрочных обязательств;
- краткосрочных обязательств.

Также существуют и другие варианты модификаций. Одним из данных вариантов является уменьшение итога бухгалтерского баланса, сокращение которого связано со снижениями других статей активов, а также статей пассивов.

Виды модификаций, из-за которых происходит снижение итога бухгалтерского баланса, где уменьшение внеоборотных активов (оборотных активов) оснащается за счет уменьшения:

- объема собственных источников средств;
- долгосрочных обязательств;
- краткосрочных обязательств;
- капитала и резервов.

Приведенные выше примеры, указывают на варианты взаимосвязи различных факторов и элементов баланса. Можно сказать, что излишек таких изменений статей баланса порождает определенные законы бухгалтерской фиксации фактов финансово-хозяйственной деятельности.

Зарегистрированы попытки преобразования учеными метода двойной записи. Наиболее удачные из них, приводят с изменения метода двойной записи до тройной. Одной из первых таких попыток, разработки метода тройной записи принадлежит русскому бухгалтеру Езерскому Ф.В., который ввел третью запись (колонку) капитал, наравне с дебитом и кредитом.

Также широкому мировому обсуждению подлежит и другая попытка введения системы тройной записи, которая принадлежит японскому профессору Идзири Ю. Данная система тройной записи, помимо всем нам привычных дебита и кредита, включает в себя еще и «требит».

Указанные выше методы тройной записи имеют как положительные, так и отрицательные стороны. Так, тройная запись по методу Езерского приспособлена закреплять изменение дохода после каждой проведенной бухгалтерской операции, а метод, выделенный японским ученым Идзири, дает возможность регистрировать не только изменения дохода, но также и анализировать причины, которые повлекли эти изменения.

На сегодняшний день стремительными темпами идет развитие информационных технологий, что, несомненно, оказывает влияние на преобразование методов учета и проведения аудиторских проверок. В начале 2000-х годов внедрение электронного финансового документооборота в банковской сфере, на предприятиях и организациях непосредственно связано с автоматизацией задач бухгалтерского учета. Причиной тому, что первоочередными объектами автоматизации и управления являлись задачи бухгалтерского уче-

та, послужила строгая формализация и унификация процедур и способов обработки и составления финансовых документов по сравнению с другими видами документов. Возникающих в производстве управленческой деятельности организаций.

В связи данными фактами, современный бухгалтерский учет наделен автоматизацией всех профессиональных функций:

- фиксация всех финансово-хозяйственных операций с отражением курсовой разницы в зависимости от текущего курса валюты;
- учет по счетам, субсчетам и аналитическим кодам для контрагентов;

- тонкая настройка программы бухгалтерского учета на специфичную учетную политику организации;

- автоматизированное формирование остатков, оборотов, журналов-ордеров, Главной книги, баланса и других отчетных форм;

- учет и хранение первичных электронных финансовых документов;

- генерация отчетных документов для осуществления финансового анализа организации по данным бухгалтерского учета и др.

Переход организаций на электронный учет предоставляет огромные возможности для автоматизированного отражения любых документов и финансово-хозяйственных операций в бухгалтерском учете посредством бухгалтерских проводок.

Внедрение информационных систем бухгалтерского учета в организациях будет способствовать развитию цифрового аудита. Комплексное, автоматизированное отражение фактов финансово-хозяйственной деятельности государственных органов и внедрение IT-контроля – это уже ближайшая перспектива.

Технология блокчейн, машинное обучение, искусственный интеллект, – современный этап развития информационно-коммуникационных технологий призваны разрешить указанные проблемы в бухгалтерском учете. Дальнейшее развитие бухгалтерского учета будет сопровождаться усложнением учетных моделей, основанных на применении современных цифровых технологий.

Исследование и сравнительный анализ современных информационных технологий позволили обосновать модель информационно-аналитического обеспечения бизнеса, включающую три подсистемы: учетно-аналитического обеспечения, участников бизнес-процессов и единого информационного пространства.

Использование технологии блокчейн позволит в режиме онлайн осуществлять контроль и управление бизнесом в любой точке мира.

С развитием бухгалтерского учета будет трансформироваться и технология проведения аудита. Автоматизированная обработка данных, электронный документооборот, удаленный доступ к лю-

бой информационно-аналитической системе сделают аудиторские проверки на месте расположения экономического субъекта нецелесообразными.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Вальденберг, Э.Г.* Тройная система счетоводства перед судом специалистов в теории и на практике. СПб, 1891. Цит.: Пачоли Лука. Трактат о счетах и записях / Под ред. Я. В. Соколова. М.: Финансы и статистика, 2020. 340 с.

2. *Самусенко, С.А.* Система тройной бухгалтерии Юджи Идзир и перспективы ее применения // Международный бухгалтерский учет. 2020. № 28. 245 с.

3. Приказ Минфина РФ от 6 июля 1999 г. № 43н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету “Бухгалтерская отчетность организации” ПБУ 4/99» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://base.garant.ru/12116599/> (дата обращения: 22.03.2022).

## ИННОВАЦИОННЫЙ АУДИТ И ЭТАПЫ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

**Дурова К.А., студент**

**Научный руководитель Гудожникова Е.В., доцент  
Саранский кооперативный институт (филиал) РУК**

Инновационный аудит представляет собой анализ показателей и бизнес-процессов компании, взаимосвязанных с инновациями, помимо этого он необходим для оценки инновационной деятельности предприятия, которая необходима для того, чтобы наиболее полно и детально сформировать основные стратегии и задачи компании.

Инновационный аудит позволяет избежать повторения ошибок начинающих компаний работающих с инновационными технологиями, а также анализирует не только основные бизнес-процессы, но также дает оценку эффективности работы персонала и отдельных работников, влияющих на конечный результат инновационной деятельности.

Инновация являются одним из основных драйверов экономики, поэтому всё больше компаний начинают переключать свою деятельность на разработку и выпуск инноваций.

Процесс инновационной деятельности включает в себя поиск и внедрение инноваций, но без достоверной проверки и оценки данного процесса компания может столкнуться с множеством проблем, поэтому она нуждается в проведении качественного и детального инновационного аудита [1].

Внедрение инноваций имеет достаточно сложный процесс, так

как, если компании не будет готова к этому, то она попросту потерпит неудачу.

Инновационный аудит должен проводиться в процессе всех основных этапов выполнения инновационного плана и придерживаться ФЗ от 30.12.2008 N 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» [2], так как это поможет компании избежать различных проблем, которые могут проявиться в процессе деятельности.

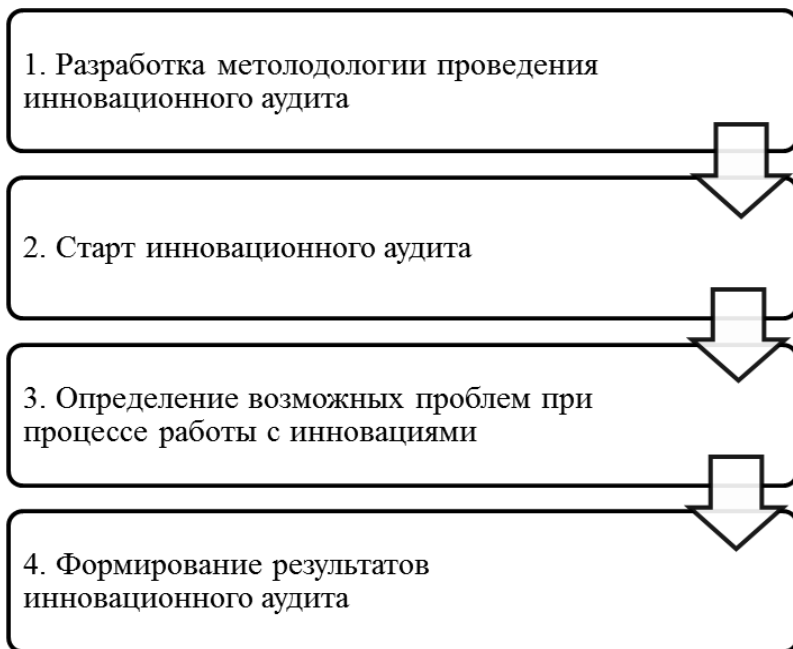
Так, аудит поможет провести анализ следующих важнейших показателей:

- качества выполнения всех необходимых технологических требований к разработке и выпуску инновационных продуктов;
- наличие технической возможности для выпуска инноваций;
- ведение технической документации на всех стадиях реализации инновационного плана;
- наличие финансово-экономических возможностей для выпуска инновационной продукции;
- выполнение всех норм и правил по реализации инновационного продукта;
- анализ всех затрат, относящихся к разработке и реализации инновационного продукта.

В процессе проведения инновационного аудита принято выделять несколько основных сфер проверки [3]:

- аудит процессов. Заключается в анализе конкретных процессов работы с инновационными продуктами, также проверяется взаимосвязь всех этапов инновационной деятельности;
- аудит эффективности работы процессов. Анализируются показатели, характеризующие процесс инновационной деятельности, чтобы дать объективную оценку эффективности процесса работы с инновационными продуктами. Необходимо отметить, что показатели для анализа берутся не стандартные, а именно те, которые будут подходить для конкретной инновационной деятельности и разрабатываемого инновационного продукта. Например: объем выпускаемой и внедренной инновации, число сотрудников занятых в работе с инновациями, количество потраченного времени на разработку продукта, общая стоимость реализации и внедрения инновационного продукта, соотношение затрат на реализацию инноваций и получаемой прибыли;
- аудит команд. Представляет собой независимую проверку процесса деятельности, как всей команды предприятия, так и отдельного работника, чтобы определить их эффективность выполнения поставленных задач.

После определения основных сфер проведения инновационного аудита необходимо сформировать определенные этапы его реализации (рисунок).



Этапы реализации инновационного аудита

*Этап 1* – Разработка методологии проведения инновационного аудита, который включает в себя все важные вопросы реализации аудита, например: анализ процессов участвующих в работе с инновационной продукцией, составление объективной оценки об сотрудников на основе опросов и др. Следует отметить, что разрабатывается несколько методик проведения аудита, так как в процессе проверки могут выявиться определенные условия, влияющие на конечное заключение аудитора. Поэтому разрабатываются несколько методов проверки, которые будут учитываться появление различных непредвиденных обстоятельств.

*Этап 2* – Старт инновационного аудита. После разработки методологии проведения инновационного аудита происходит ее согласование с руководителем и менеджером предприятия. Также, на данном этапе, могут корректироваться и дополняться различные методы проведения проверки.

*Этап 3* – Определение возможных проблем при процессе работы с инновациями. Происходит поиск и обозначение реальных и потенциальных проблем в процессе инновационной деятельности, так как их своевременное выявление и нейтрализация поможет в будущем прекратить их протекание в другие процессы работы с



инновациями. Данный этап имеет большое значение для инновационного аудита, так как может повлиять на конечный результат проверки и деятельности инновационной компании в будущем. Выявление возможных проблем и рисков могут дополняться информацией руководителем компании, который может рассказать аудитору об определенных инновационных процессах работы, вызывающих у него сомнения.

*Этап 4* – Формирование результатов инновационного аудита. На основе анализа определенных инновационных процессов и процессах связанных с разработкой и реализацией инновационного продукта, формируется заключение аудитора. Данное заключение включает в себя объективную оценку результатов проверки с рядом показателей, которые могут в дальнейшем способствовать изменению инновационной стратегии компании.

В процессе инновационного аудита может быть проведен анализ поступления финансирования. Обычно выделяют 2 таких источника:

Внешним источником чаще являются потенциальные инвесторы и кредиты. В данном случае, проверка аудиторов может быть проведена для удовлетворения их, а также налоговых органов.

Внутренние источники: прибыль предприятия.

На основании проведенной проверки, всем заинтересованным лицам должно быть предоставлено заключение, в котором будет дана объективная оценка эффективности использования средств и прочих ресурсов на инновационную деятельность [4].

Разработка и внедрение новых планов в сфере инноваций является большим риском для любой компаний, поэтому проведение инновационного аудита является первостепенной задачей. Инновационный аудит помимо оценки деятельности компании включает в себя поиск и выявление проблем, которые могут препятствовать развитию процесса работы с инновациями. Также, инновационный аудит направлен на поиск сильных и слабых сторон.

На основе результатов инновационного аудита, аудиторы помогают предприятиям разобраться с проблемами и разработать меры по их минимизации, чтобы направить деятельность компании на развитие и высокую результативность. Важно отметить, что инновационный аудит решает 5 основных задач инновационной деятельности компании [5]:

1. Оценка эффективности инновационной деятельности. Многие компания настолько зациклены на конечном результате, что забывают контролировать всю цепочку процессов, которые проводят к этому результату. В большинстве случаев, данная цепочка может быть нарушена различными проблемами, что впоследствии скажется на конечном результате. Деятельность с инновациями

представляет собой всегда большой риск, поэтому инновационные компании больше всех подвержены провалу. Руководители таких компаний все чаще задумываются над вопросами: «Что необходимо для быстрого развития и получения эффективного результата?», «Почему инновации не отвечают по заданным целям компании». На данные вопросы дает ответ инновационный аудит, так как он включает в себя детальный анализ всем инновационных процессов от начала цепочки и до полученного конечного результата, начиная от анализа всей внутренней информации и заканчивая анализом эффективности деятельности самого предприятия на рынке.

2. Исследование внутреннего потенциала компании. Компании часто пытаются внедрить в свою деятельность такие инновации, которые просто будут не под силу в настоящий момент. Это объясняется тем, что они слабо анализируют свой внутренний потенциал, который бы помог им улучшить уже имеющиеся инновационные продукты. В данном случае, инновационный аудит поможет найти и изучить «слепые зоны», а также улучшить имеющиеся ресурсы, которые будут направлять компанию на развитие и стабильный рост.

3. Анализ культуры инноваций в компании. Компании могут сталкиваться со снижением работоспособности работников, так например, при внедрении инноваций у рабочих может снизиться мотивация, что в дальнейшем может привести к негативным последствиям. Данный аспект можно объяснить тем, что в компании достаточно низкая инновационная культура, которая способствуют усложнению процесса внедрения новых планов. Инновационный аудит проводит анализ в области культуры персонала, чтобы выявлять подобные ситуации, так как от работоспособности персонала зависит решение многих задач компании. На основе анализа разрабатывается план корректировки культуры персонала, который будет включать четкое разъяснение основной цели компании, чтобы каждый сотрудник понимал свою причастность и важность в деятельности предприятия и старался улучшить свои рабочие показатели эффективности.

4. Формирование этапов решения определенных вопросов. Инновационные аудит разрабатывает не только общий план развития, но также и подробное описание каждого из процессов. Они будут направлены на достижение главной цели инновационной деятельности компании.

Таким образом, инновационный аудит представляет собой анализ показателей и бизнес-процессов компании, взаимосвязанных с инновациями, помимо этого он необходим для оценки инновационной деятельности предприятия, которая необходима для того,

чтобы наиболее полно и детально сформировать основные стратегии и задачи компании. На основе результатов инновационного аудита, аудиторы помогают предприятиям разобраться с проблемами и разработать меры по их нейтрализации.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Андреева, Л.В., Бодрова Т.В.* Учет, анализ и аудит показателей, обеспечивающих экономическую безопасность хозяйствующих субъектов: Учебное пособие. М.: Дашков и К<sup>о</sup>, 2020. 102 с.
2. Федеральный закон от 30.12.2008 N 307-ФЗ (ред. от 30.12.2020) «Об аудиторской деятельности» // Собрание законодательства РФ, 05.01.2009, № 1, ст. 15.
3. *Розуленко Т.М., Пономарева С.В., Бодяко А.В.* Аудит: Учебник. М.: КноРус, 2020. 382 с.
4. Методика аудиторской проверки: процедуры, советы, рекомендации: монография / Д. Ю. Самыгин, Н. Г. Барышников, А. А. Тусков [и др.] ; под ред. Н.Г. Барышникова. М.: ИНФРА-М, 2020. 231 с.
5. *Федоренко, И.В.* Аудит: учебник / И.В. Федоренко, Г.И. Золотарева. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2020. 281 с.

### ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИИ

**Мальцев Н.Д., студент**

Научный руководитель **Волгина И.В., доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

Отправной точкой, с которой начинается инновационный процесс, новый продукт, любое новое предприятие является идея (*по-гречески — образ*).

Бизнес-идея представляет собой бизнес-концепцию, которая связана с пониманием ценности, предлагаемой потребителю. Она может быть как собственной (оригинальной, впервые рожденной т. е. новой), так и заимствованной извне (поглощение путем приобретения компаний, создание совместных предприятий и др.). Генерирование бизнес – идей, является первым и очень важным этапом инновационного процесса.

Логическим результатом этого процесса, является конкретное количество высоко перспективных идей для предприятия. После генерирования бизнес-идей выбрать одну из них и формализовать. Использование при этом модели: цель – конечный результат — экономический эффект, будет предпочтительной.

Таким образом, определение целей и задач бизнес – проектов, способов их достижения, а так же детализация и изложение всего этого в специальном документе бизнес – плане, называется бизнес-планированием.

Разработка бизнес плана – это первый этап становления компании после зарождения бизнес-идеи. Для составления этого документа профессионалы, эксперты, специалисты, задействованные в производственном процессе, работники среднего звена, хорошо разбирающиеся в изучаемом вопросе и способные предложить грамотные инновационные идеи, должны всесторонне рассмотреть и проанализировать ситуацию.

Бизнес-план является внутрифирменным документом, включающим в себя все основные аспекты будущего коммерческого проекта (предприятия), анализирует все проблемы, с которыми оно может столкнуться, а также определяет направления решения этих проблем.

Это документ, который должен убедить потенциального инвестора в том, что финансовая выгода, от вложенных в конкретный проект денег, будет не ниже приемлемой для инвестора процентной ставки банка. Бизнес-план, является средством анализа запланированного бизнес-проекта на предмет его реалистичности и эффективности. Бизнес-план составляется, как правило, на 3–5 лет.

Конечные цели бизнеса и внешняя среда, с течением времени, меняются, по этой причине рекомендуется пересматривать и актуализировать бизнес-план, чтобы скоординировать и отразить в нем происходящие, с течением времени, изменения.

Целью бизнес-плана является получение кредита и привлечение инвестиций, или определение стратегических и тактических направлений и ориентиров самой компании.

Бизнес-планирование позволяет обосновать мероприятия по улучшению и совершенствованию экономической деятельности предприятия, а также используется для принятия обоснованных решений и разграничения ответственности.

Наиболее активно бизнес-планирование применяется при поиске потенциальных инвесторов или кредиторов. Бизнес-план способствует как созданию организации, так и расширению её деятельности за счет создания нового производства, т.е. диверсификации её деятельности.

Бизнес-план создается в определенной форме и позволяет раскрыть экономическое содержание и суть проекта, а также постараться заинтересовать инвестора его дальнейшим участием в этом бизнес-проекте. Предварительно, перед составлением бизнес-плана необходимо удостовериться в перспективности бизнес-идеи.

Состав, структура и объем бизнес-плана диктуется спецификой вида деятельности, размером предприятия и целью составления. Каждый бизнес-план по-своему уникален, т.к. строго регламентированной формы и структуры бизнес-плана не существует, однако, как правило, он содержит:

– краткую характеристику проекта (аннотация): в данном разделе должно быть дано краткое описание проекта и указаны основные его параметры;

– характеристику предприятия и отрасли: здесь дается характеристика бизнеса, его цели и этапы развития; потребности рынка и способы их удовлетворения предприятием; масштабы отрасли, а так же характеристика и тенденции ее развития;

– товар (услуга): здесь, как правило, дается полная характеристика продукта и его потребительских свойств, а так же отличие от продукции, предлагаемой конкурентами; организация послепродажного сервисного обслуживания и степень защищенности патентами;

– оценка рынков сбыта и конкурентов: здесь, как правило, дается описание существующих направлений развития рынка, а так же емкости рынка продукта (услуг); делается прогноз изменения динамики спроса и продаж; перечисляются основные конкуренты на рынке их объемы и ценовой сегмент;

– план маркетинга (раздел, который тщательно изучают возможные инвесторы и кредиторы): в данном разделе вырабатывается стратегия продвижения продукции (товаров и услуг) на рынке, а так же формируется план продаж; приводится характеристика потребителей продукции; ценовая политика;

производственный план (это административный процесс внутри производственного бизнеса): в этом разделе дается описание производственного процесса и разрабатывается план развития производства, а так же определяются затраты на производство; кадровое обеспечение;

– стратегия финансирования (должна убеждать в прибыльности проекта): в данном разделе рассматриваются финансовые потребности бизнеса, а так же пути использования средств, дается обоснование окупаемости вложений;

– финансовый план и показатели эффективности проекта (самый важный раздел бизнес-плана): в данном разделе формируются план прибылей и убытков, а так же план движения денежных средств; разрабатывается график финансирования и график достижения безубыточности; осуществляется расчет показателей эффективности проекта; дается оценка ликвидности предприятия при реализации бизнес-проекта;

– организационный план (описывает персонал проекта): раздел должен содержать аргументацию необходимого количества специалистов всех профилей, а так же расходов на персонал и организационную структуру бизнеса; обоснование эффективности управления, а так же мотивацию персонала;

– анализ рисков (это план действий для кризисных моментов):

как правило, здесь определяются предпринимательские риски и способы реагирования на них;

- юридический план (должен убеждать в наличии правовых гарантий): в этом разделе рассматривается форма собственности предприятия; правовой статус; характеристики правовых документов регулирующих создаваемый бизнес;

- приложения: этот раздел предназначен для размещения информации подтверждающей умозаключения, изложенные в бизнес-плане.

Составление каждого, из перечисленных, разделов бизнес-плана связано с выполнением определенных аналитических действий. Практически все виды анализа: сравнительный, горизонтальный, вертикальный, сопоставительный, факторный, экономико-математический, комплексный и др. используются при составлении бизнес-плана.

Процесс бизнес-планирования связан с предварительным, оперативным, итоговым анализом обеспечивающим формирование и реализацию планов предприятия. Аналитическая информация, полученная в результате экономического анализа по всем компонентам предполагаемого бизнес-проекта, является основой для принятия решений в бизнес-планировании.

Экономический анализ деятельности предприятия – это система знаний, которая связана с изучением взаимозависимостей экономических процессов и явлений, выделением положительных и отрицательных аспектов, измерением степени их воздействия, определением резервов и упущенных выгод, рассмотрением направлений и закономерностей развития предприятия.

Под анализом, с научной точки зрения, понимается выделение сущности явления или процесса посредством определения и изучения всех его сторон и аспектов, а также определение основания, которое связывает все части объекта. Первостепенными задачами экономического анализа, в системе бизнес-планирования, деятельности предприятия, являются:

- объективное и всестороннее исследование степени выполнения бизнес-планов;

- повышение научной и экономической аргументированности бизнес-планирования;

- определение и оценка экономических параметров, влияющих на изменение основных показателей финансово-хозяйственной деятельности организации;

- определение экономической эффективности использования всех имеющихся ресурсов организации: материальных, трудовых, технических, финансовых и других;

- выявление и оценка внутренних производственных потенциалов совершенствования деятельности предприятия;
- подготовка и передача достоверной и объективной экономической информации по результатам проведения экономического анализа в систему управления для выработки и принятия наилучших управленческих решений.

Экономический анализ должен выступать в качестве системы аналитического обеспечения и инструмента для подготовки решений, реализовываться в соответствии с целями, задачами, условиями и требованиями планирования и прогнозирования бизнеса. Одним из элементов составления и исследования бизнес-плана является экономический анализ, а все качественные и количественные показатели бизнес-плана – его предметом.

Для определения непосредственной роли экономического анализа в процессе бизнес-планирования, необходимо продемонстрировать основные задачи экономического анализа в рамках разработки бизнес-плана:

1. Резюме, как правило, включает: обобщённый анализ целей бизнес-проекта и их реалистичность; комплексную оценку эффективности проекта, определение его выгодности и рискованности с учётом влияния на платёжеспособность предприятия.

2. Характеристика бизнеса отражает: анализ текущей экономической ситуации в отрасли и направлений развития рынка, а так же оценку стадии развития бизнеса; анализ потенциальных потребителей и конъюнктуры рынка; подбор стратегических партнёров на основе анализа их финансовой состоятельности и деловой репутации.

3. Оценка товаров (услуг) включает: анализ потребительских качеств товаров; сравнительная оценка конкурирующих товаров по ценовым и неценовым показателям; анализ уровня организации послепродажного и сервисного обслуживания.

4. План маркетинга и сбыта продукции содержит: факторный анализ состояния рынков сбыта, а так же обоснование рыночного сегмента; оценка ценовой политики с учётом требований к качеству; анализ эффективности методов реализации; анализ формирования себестоимости, а так же посчитана маржинальная прибыль планируемого к производству товара;

5. Производственный план включает в себя: анализ и обоснование выбора производственного процесса; факторный анализ использования основных средств, а так же трудовых, материальных и энергоресурсов; анализ фонда заработной платы и оценка ассортиментной программы; анализ обеспеченности предприятия всеми видами ресурсов, сырьем и материалами; анализ обеспеченности

экологической и технической безопасности производственной деятельности.

6. Логистика производства включает: анализ эффективности видов доставки сырья и готовой продукции потребителям, а так же оценку грузооборота; определение уровня оснащённости предприятия складскими помещениями.

7. Финансовый план включает в себя: прогнозную оценку объемов продаж, а так же прогнозную оценку доходов и затрат; анализ формирования и изменения прибыли; анализ финансового состояния предприятия; прогнозный анализ движения денежных средств; оценка ликвидности предприятия при реализации бизнес-проекта; расчёт и анализ критического объёма производства.

8. Стратегия финансирования: оценка текущих и прогнозируемых финансовых потребностей; оценка источников финансирования проекта; оценка сроков окупаемости вложений.

9. Организационный план включает в себя: анализ эффективности управления; анализ затрат на оплату труда руководителей проекта и специалистов, а так же выявление и измерение внутренних неиспользованных ресурсов для повышения эффективности бизнес-проекта.

10. Юридический план: анализ и оценка целесообразности изменения формы собственности, а так же характеристики правовых документов регулирующих создаваемый бизнес.

11. Оценка рисков и страхования, этот раздел включает в себя: анализ рисков по источникам (инвестиционный, рыночный, финансовый, производственный), а так же анализ затрат на программу минимизации рисков и страхования; оценка вероятности наступления обстоятельства непреодолимой силы (форс-мажор).

12. Общие выводы из комплексного экономического анализа рыночной деятельности и финансового состояния предприятия - заключительный этап.

Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности – это комплексный управленческий анализ, охватывающий все аспекты деятельности предприятия и подразделений. Комплексный анализ любой коммерческой деятельности или организации проводится, прежде всего, с целью оценки динамики и структуры выпускаемого товара (оказанных услуг, выполненных работ) с целью получения прибыли т.к. прибыль – это финансовый ресурс, последующего развития, всех хозяйствующих субъектов работающих в условиях рынка.

Комплексный анализ тесно связан с планированием и прогнозированием результата деятельности, при этом экономический анализ позволяет повысить уровень планирования, сделав его научно-обоснованным.



Кроме того, комплексный анализ – это средство контроля выполнения программ производственного и финансового развития компаний.

Анализ, выступая в качестве функции управления, является неотъемлемой частью бизнес-планирования. Экономический анализ является важнейшим элементом разработки и мониторинга бизнес – плана, потому что весь спектр качественных и количественных плановых показателей является предметом экономического анализа. Ключевая цель аналитического объяснения бизнес-плана – доказать возможности реализации долгосрочной стратегии фирмы.

Роль экономического анализа при составлении бизнес-плана следует рассматривать с двух сторон и в двух периодах.

С одной стороны, экономический анализ проводится перед составлением бизнес-плана и отражает его объективную информационную основу.

С другой стороны, экономический анализ применяется при выборе наиболее эффективного способа ведения бизнеса или реализации инвестиционного проекта из ряда альтернативных вариантов с использованием как статистических, так и математических методов.

Таким образом, с изменением механизма хозяйствования, принципов и методов управления возрастает роль анализа в управлении предприятием. Постоянная потребность в выборе и ограниченность ресурсов вынуждают руководителей проводить исследования рынков сбыта, источников сырья, изучение спроса, ценообразования, что, в свою очередь, должно обеспечить повышение эффективности производства.

В этих условиях возрастает роль экономического анализа как важного средства управления экономикой хозяйствующего субъекта, выявления резервов повышения эффективности производства.

Необходимость проведения комплексного экономического анализа для отражения будущего состояния предприятия, расчёт системы показателей, характеризующих хозяйственную деятельность за предыдущие периоды, выявление закономерностей развития или причин отклонений, являются следствием того, что роль экономического анализа в планировании, разработке основных плановых показателей, составление бизнес-планов является главной и всеобъемлющей.

Нужно подчеркнуть, что аналитическая информация, полученная в результате комплексного экономического анализа по всем направлениям бизнес-проекта, является основой для принятия управленческих решений в бизнес-планировании.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Краснюк, Л.В., Пархоменко С.А.* Экономический анализ в системе бизнес - планирования деятельности предприятия / Л.В. Краснюк., С.А. Пархоменко //Сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции, - Апробация (Махачкала) 2017 стр. 207-211 [Электронный ресурс] <https://elibrary.ru>.
2. *Хроменкова, О.Н.* Роль экономического анализа в процессе экономического анализа в процессе бизнес-планирования //Сборник научных работ серии «Финансы, учет, аудит» №4 (20) 2020. С. 169-177 [Электронный ресурс] <https://elibrary.ru>.
3. *Никитина Н.А.* Роль экономического анализа в бизнес-планировании // Материалы научно-исследовательской работы преподавателей и студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. М., 2019. С. 191–195 [Электронный ресурс] <https://elibrary.ru>.
4. *Бурцев, В.В.* Экономический анализ в системах бизнес-планирования и маркетинга //экономический анализ: теория и практика № 10 (25) 2004. С. 10–15. [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru>.

## АКТУАЛИЗАЦИЯ ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТОРСКИХ ПРОВЕРОК

**Мартышина О.И., студент**

**Научный руководитель Гудожникова Е.В., доцент**  
*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

Актуальность совершенствования проведения аудиторских проверок в настоящее время обусловлена тем, что сама аудиторская деятельность представляет собой комплексную работу, по изучению финансовой и экономической деятельности компании.

Аудиторская проверка достоверности бухгалтерской отчетности экономического субъекта предполагает выражение независимого мнения о степени достоверности отражения информации об активах и обязательствах организации в указанной отчетности. Прежде чем рассматривать совершенствование аудиторской проверки в современных меняющихся условиях, стоит остановиться на основе их проведения и её особенностях.

Неразрывным элементом аудиторской проверки является процесс планирования самого аудита, важность которого обусловлена тем, что во время проверки аудитор или группа аудиторов изучает все нюансы деятельности проверяемого субъекта, установленные на нём правила внутреннего контроля, выполнение субъектом норм законодательства, проверка проведенных операций за определенный период и другие нюансы. В процессе аудиторской проверки, аудиторы или группа аудиторов определяют методологию

для проведения аудита в соответствии с федеральными и внутрифирменными стандартами аудита. Все методы можно условно разделить на две группы (рис. 1).



Р и с. 1. Методы аудиторских проверок

Основные методы проведения аудиторской проверки: фактическая проверка, подтверждение, документальная проверка, наблюдение, опрос, специальная проверка, встречная проверка.

Современный аудит и аудиторские проверки в России находятся на стадии своего развития и продолжают перенимать опыт международных аудиторских компаний, прославившихся своей деятельностью на рынке, что, несомненно, сказывается на процессе и результате проверок. Выделяют следующие факторы, оказывающие наибольшее влияние на результат аудиторских проверок:

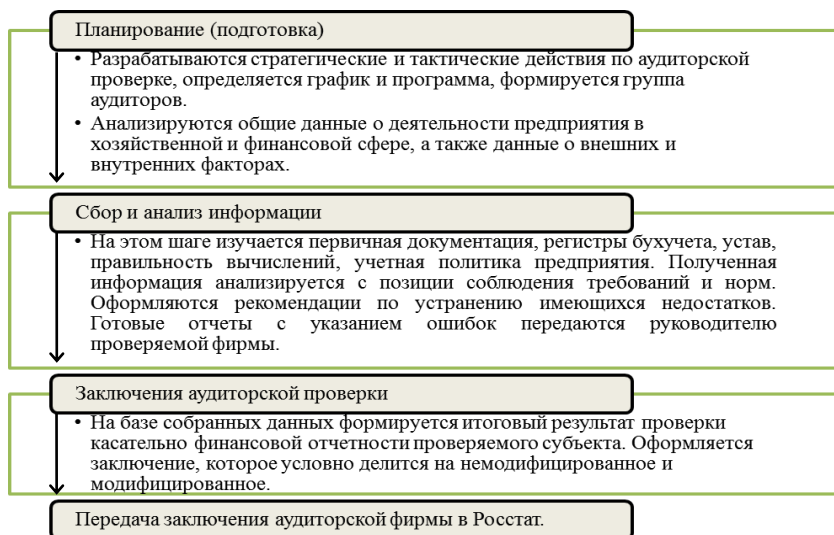
1. Человеческий фактор, который играет большую роль в ходе проведения аудиторских проверок, поскольку требуется особая сосредоточенность, внимание, а также опыт и знание своего дела

2. Организационно-управленческий фактор, на котором строится мнение аудитора об организации. Ведь, если организация на предприятии находится в ненадлежащем состоянии, то аудитору потребуется дополнительное время на проверку предприятия более тщательно, чем, например, на предприятии с хорошей системой управления.

3. Коммуникативный фактор. В процессе аудиторской проверки, происходит взаимосвязь между заказчиком аудиторской проверки и аудитором. Эти взаимоотношения также оказывают воздействие на результат аудиторской проверки, ведь если клиент имеет некое расположение аудитора, то может рассчитывать на взаимное доверие и понимание.

Аудиторская проверка – трудоемкий процесс, подразумеваю-

щий прохождение нескольких этапов, начиная с подготовки, заканчивая выдачей заключения и его передачей в Росстат [1]. Этапы аудиторской проверки схематично отражены на рис. 2.



Р и с. 2. Этапы аудиторской проверки

Стоит отметить, что роль аудита в современном обществе постоянно возрастает, от чего организация аудиторских проверок становится, с одной стороны, необходимой частью анализа достоверности и правильности ведения деятельности, который проводят квалифицированные эксперты, чьё мнение о финансовом состоянии организации становится решающим при принятии управленческих решений – выборе бизнес-партнёров, форм расчетов с ними, определении направлений инвестиций, целесообразности предоставления займов и т.д. А с другой стороны, аудиторы становятся незаменимыми помощниками специалистов бухгалтерско-финансовой службы.

Этому способствует расширение сопутствующих услуг, которые также могут оказывать аудиторы, не нарушая рамки своей деятельности. Данные услуги могут оказываться уже непосредственно после проведения аудиторской проверки с целью консультирования по результатам проверки, разъяснения выясненных рекомендаций и иных сопутствующих аудиту услуг.

Как и в любой сфере предпринимательской деятельности, в аудиторской деятельности существуют риски. Это касается и рисков, которым подвергаются аудитор или группа аудиторов при

проведении аудиторской проверки хозяйствующего субъекта. Всего выделяют 3 вида риска возможных в ходе аудиторской проверки: риск профессиональной способности аудитора, риск ожидания клиента, аудиторский риск [2].

Первый риск связан с репутацией проверяемого объекта. Берясь за проверку той или иной организации, аудиторская компания прежде всего обращает внимание на ее репутацию. Таким образом, проверка данной организации не должна нанести ущерб аудиторской компании и ее клиентам.

Второй риск связан с ожиданиями клиента – т.е. существует риск не удовлетворить заключительными выводами своего клиента. В случаях, когда проверяемый субъект остался не доволен аудиторской проверкой, он может отказаться от услуг данной аудиторской компании и нанять другую по необходимости.

Третий аудиторский риск связан с аудиторским заключением, а точнее с возможностью, что заключительный аудиторский отчет может оказаться неверным или в нем могут быть допущены ошибки, которые связаны с различными факторами (в частности, с человеческим фактором).

Наиболее «опасными» для аудиторских компаний являются первый вид риска, так как потеря репутации приведет к потере клиентской базы, кроме того, это может привести к отзыву разрешения на осуществление аудиторской деятельности. Прежде чем начинать проведение непосредственно аудиторской проверки, аудитор или аудиторская фирма должны предварительно как можно более точно оценить значение всех видов риска. Если обнаруженный уровень риска, связанный с проведением проверки клиентской компании, оказывается на минимальном уровне или более чем приемлемым, то аудиторская фирма или независимый аудитор заключают договор с проверяемым субъектом.

На данной основе можно выделить несколько проблем совершенствования аудиторских проверок, но наиболее актуальной является проблема совершенствования проведения аудиторских проверок, напрямую связанную с необходимостью повышения качества аудита. Улучшить качество аудита позволит пересмотр методики проведения аудиторских проверок, в совокупности с качеством повышается прозрачность, информативность и надежность данных, как следствие снижаются ранее указанные риски, что в конечном итоге обеспечивает наиболее устойчивое функционирование аудиторских компаний.

В последние годы, несмотря на наблюдающиеся позитивные тенденции в совершенствовании проведения аудиторских проверок и повышении качества аудита, развитие рынка аудиторских услуг не успевает за динамично улучшающимися и периодически

ожесточающимися требованиями международных стандартов аудита. Остаются открытыми ряд вопросов, на которые необходимо найти решение, в частности:

- недостаточно исследованы и раскрыты теоретические положения и практические подходы к созданию общей эффективной системе методов проведения аудиторских проверок;

- существующая проблема контроля качества аудита, влияющая на характер аудиторских проверок;

- совершенствование методологических, организационных и иных подходов к организации и осуществлению контроля качества аудита.

На данной основе подтверждается факт, насколько актуален вопрос усовершенствования системы аудиторских проверок в совокупности с повышением качества самого аудита, но также важно не забывать, что эта система состоит из ряда взаимосвязанных действий, которые, в свою очередь, построены на комплексе принципов, среди которых:

1. Методологическая связь критериев оценки качественной стороны аудиторской проверки

2. Использование специально направленного на бухгалтерский анализ программного обеспечения

3. Исполнение общепринятых норм в аудиторском анализе

4. Проведение узконаправленных семинаров и курсов, ведущих к созданию профессиональные аудиторские группы [3]

Необходимо обратить внимание, что после рассмотрения поднятого круга вопросов, для совершенствования аудиторских проверок и повышения качества аудита необходима детальная разработка и внедрение теоретических подходов и, методически сформированной на основе запросов, эффективной системы аудиторских проверок.

Данная мера позволит актуализировать, с учетом всех имеющихся рисков и факторов, проведение аудиторских проверок.

Таким образом, изучив главные составляющие, оказывающие непосредственное влияние на сам процесс и качество аудиторских проверок, можно отметить, что необходимыми мерами по совершенствованию и актуализации проведения аудиторских проверок являются меры по повышению качества и эффективность системы аудиторских проверок; меры по созданию и поддержанию систем качества аудита (как внутреннего, так и внешнего); меры, направленные на снижение аудиторских рисков, связанные как с качеством аудита, так и влияющие на этапы проведения аудиторских проверок; меры по повышению надежности, прозрачности и информативности данных систем.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Султанов, Г.С.* Совершенствование процесса составления плана аудиторских проверок // Научная матрица. 2020. № 4. С. 37–39.
2. *Чигидин, О.Д.* Совершенствование методики аудиторской проверки и составления отчета аудитора / О. Д. Чигидин, Д. В. Григор // Научные вызовы устойчивого социально-экономического развития России : Сборник научных трудов по результатам Всероссийской национальной научно-практической конференции, Симферополь, 19–21 декабря 2018 года / отв. ред. В.И. Тарасов. Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2019. С. 52–55.
3. *Гасанкадиева, Б.М.* Совершенствование проведения аудиторской проверки в бухгалтерской отчетности российских организаций / Б.М. Гасанкадиева, В.Ю. Макарьева // Современные научные взгляды в эпоху глобальных трансформаций: проблемы, новые векторы развития: Материалы XLII Всероссийской научно-практической конференции, Ростов-на-Дону, 16 декабря 2021 года. Ростов-на-Дону: ООО «Издательство ВВМ», 2021. С. 938–940.

## МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА ОСНОВНЫХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК

**Хмелева О.В., студент**

**Научный руководитель Павлова Ю.В., доцент**

*Чебоксарский кооперативный институт (филиал) РУК*

Управленческий учет – это формирование информации, которая нужна руководству для управления организацией. Например, для принятия решений о начале или прекращении выпуска какой-то продукции или изменении отпускных цен. И это не только финансовая информация, в частности, прибыль по каждому виду товаров или продукции в отдельности.

Это могут быть сведения о количестве и содержании жалоб покупателей или планируемых объемах производства и продаж. Порядок ведения управленческого учета, в том числе перечень формируемых сведений, на каждом предприятии является своим. Каждое предприятие представляет из себя цепочку взаимосвязанных блоков управления. Управленческий учет помогает выявить проблемы, организует учет, поддерживает принятые решения, достоверно и полно отражает деятельность предприятия и оборотность его активов.

Своевременная информация, полученная руководителем благодаря наличию управленческого учета на предприятии, обеспечивает принятие эффективных решений в управлении.

Таким образом, целью нашего исследования является определе-

ние механизма реализации управленческого учета основных бизнес-процессов на предприятиях АПК. Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

- анализ формирования информации о бизнес-процессах в учетно–аналитической системе предприятий АПК;
- анализ организации управленческого учета процессов снабженческо-заготовительной деятельности предприятий АПК;
- анализ организации управленческого учета процесса производства предприятий АПК;
- анализ организации управленческого учета коммерческо-сбытовой деятельности предприятий АПК.

При проведении исследования были использованы описательные методы и системный подход. Информационную основу исследования составили нормативные акты Российской Федерации и научные публикации.

Существуют на сегодня три уровня регулирования нормативов управленческого учета в АПК. Первый уровень – это общегосударственный уровень, куда относится федеральный закон о бухгалтерском учете [1], второй уровень – это отраслевой уровень, куда относятся нормативные акты по АПК, третий уровень – это уровень предприятий, куда относятся локальные нормативные акты.

Существует четыре варианта организации управленческого учета:

- при первом варианте управленческий учет полностью выделяется из бухгалтерского учета, становится независимым;
- при втором варианте управленческий учет становится автономным, используя три класса счетов;
- при третьем варианте управленческий учет не ведется, а учет затрат осуществляется оперативным путем;
- при четвертом варианте управленческий учет отсутствует, а учет затрат осуществляется финансовым учетом.

Второй и четвертый варианты характерны для предприятий АПК. Для создания системы управленческого учета на предприятиях АПК применяется программное обеспечение. Идеальным было, если сотрудники работали с одним программным обеспечением, по которому можно вести и бухгалтерский и управленческий учет.

Существует четыре периода в системе управленческого учета:

- период планирования производства продукции. Управленческий учет определяет порядок составления калькуляций, расчет себестоимости;
- производство продукции. Происходит выбор порядка отражения прямых затрат, формирование полной и неполной себестоимости;



- выпуск продукции. Происходит учет фактической себестоимости единицы готовой продукции;
- реализация продукции. Управленческий учет определяет фактическую себестоимость и отклонения в себестоимости отгруженной продукции.

В условиях рыночных отношений в нашей стране предприятия АПК стали юридически и экономически самостоятельными. Управлять сельскохозяйственным предприятием из-за нехватки информации становится все сложнее. Любой руководитель принимает решение каждый день, опираясь не только на документы бухгалтерского учета, но и на различные виды справок (отчеты производителей, справки отдела продаж и т.д.)

Следствием недостаточности информации является увеличение расходов, искажение данных по доходности предприятия и снижение объемов доходов. Поэтому руководителю важно обладать той информацией, которая полно отобразит производственную деятельность предприятия.

Результатом обладания полной информации по предприятию или его подразделению станет повышение рентабельности производства. Поэтому внедрение системы управленческого учета поможет руководящему составу предприятий АПК обладать полной, достоверной и своевременной информацией. Любое структурное подразделение сельскохозяйственного предприятия может стать объектом управленческого учета, в прочем, как и весь субъект агропромышленного комплекса в целом.

В управленческом учете предприятий АПК остановимся более подробно на проблеме снабженческо-заготовительной деятельности с целью создания непрерывной работы «цепочки» снабженческо-заготовительной деятельности. Снабженческо-заготовительная деятельность в системе управленческого учета является первым переделом производства как промышленного, так и сельскохозяйственного. В данную деятельность можно отнести такие направления как: расширение оптовых закупок удобрений, семян; выбор метода закупок; эффективность инвестирования в оборотные средства предприятия и капитальные вложения его снабженческо-заготовительных подразделений.

Все это нужно для того, чтобы определить критическую точку объема снабжения. На небольшом предприятии функцию снабжения может выполнять отдельный работник или группа в составе хозяйственного отдела предприятия, но совмещение должностей не должно быть, так как «цепочка» не будет функционировать бесперебойно.

В деятельности сельскохозяйственных предприятий также основное место занимает процесс производства, от успеха которого

зависит их финансовое положение. Одним из недостатков существующей системы бухгалтерского учета, как основного поставщика экономической информации, необходимой для регулирования производственного процесса, является несвоевременное отражение функционирования управляемых процессов. В связи с этим необходимы преобразования системы бухгалтерского учета в сельском хозяйстве, которые вовсе не предполагают полный демонтаж существующей системы учета и ее замену западными аналогами.

Для управления предприятием АПК в современных условиях необходимо быстро принимать решения и реагировать на поступающую информацию. Если нет данных об издержках на производство и реализацию продукта, то отсутствие информации может привести к неверному определению цены на продукцию и, как следствие, убыткам.

Главным предназначением управленческого учета является удовлетворение потребностей руководства сельскохозяйственных предприятий в информации, необходимой для принятия оперативных и стратегических управленческих решений. Поэтому важным для руководителей остается постановка управленческого учета на предприятии. При постановке системы управленческого учета решаются следующие важнейшие задачи:

- формирование полной себестоимости и на ее основе определение прибыли обеспечивают ведение рационального учета и контроль за уровнем затрат;
- формирование сокращенной себестоимости, на основе которой исчисляется маржинальный доход, в большей степени создает условия для подготовки управленческих решений.

Коммерческо-сбытовая деятельность – это деятельность, направленная на реализацию произведенных или закупленных предприятием товаров, работ, услуг с целью извлечения предпринимательской прибыли. К основным объектам коммерческо-сбытовой деятельности организации относятся:

- покупатель (его возможности, потребности, запросы и предпочтения);
- товары (работы, услуги), предназначенные для реализации (их цена, качество, привлекательность для потребителя и др.);
- каналы товародвижения.

Правильно подстраиваться под платежеспособный спрос покупателей помогает рыночно ориентированная служба сбыта, т.е. сбытовая деятельность, ориентированная на рынок. Рынок представляет предпринимательские акцентры, а вместе с ними и затраты товаропроизводителей с проблем сугубо производственно-технического характера на проблемы сбыта.

Сбытовая деятельность – это не только продажа готовой продукции, но и ориентация производства на удовлетворение платежеспособного спроса покупателей, и активная работа на рынке по поддержанию и формированию спроса на продукцию предприятия, и организацию эффективных каналов распределения и продвижения товаров.

Несомненным является тот факт, что цели сбыта, производны от цели предприятия, следовательно, прибыль, получаемая от сбытовой деятельности, по своей природе является предпринимательской прибылью. Достижение данной цели возможно при успешной реализации следующих задач в области сбытовой деятельности:

- производственные мощности оптимально загружены благодаря заказам потребителей;
- рационально выбраны каналы товародвижения;
- минимизированы совокупные затраты в хозяйственном цикле товара, включая расходы на послепродажное обслуживание и потребительский сервис.

Таким образом, каждое предприятие самостоятельно решает вопрос о необходимости внедрения системы управленческого учета. Для организации управленческого учета в этом случае целесообразно внедрять автономную систему учета.

Учитывая значимость внедрения принципов управленческого учета в систему корпоративного управления предприятиями АПК, в научном сообществе активно обсуждаются вопросы их реализации. В целом все авторы отмечают необходимость использования управленческого учета. Так,

Ионов А.А. рассматривает способы внедрения системы управленческого учета, раскрыты причины слабого развития управленческого учета в субъектах АПК [3]. Авторы Т. Ю. Серебрякова, Н. И. Белоусова, С. А. Хмелев, А. С. Хусаинова отмечают, что управленческий учет в системе интегрированного учета может быть настроен на потребности любой управленческой модели, начиная с управления себестоимостью, заканчивая социально-ориентированным, ценностно-ориентированным учетом, учетом, ориентированным на прирост капитала и добавленную стоимость, прочими целевыми установками менеджмента [2].

Следующие авторы Р. С. А. Маккаева, К. М. Асхабов, И. Л. Кокурхаева отмечают, что положительный результат управленческого решения зависит от качества и своевременности информации, наличие которой обеспечивает управленческий учет [4]. К. Р. Мисюриня отмечает, что применение компьютерных технологий ускоряет поиск нужной информации, раскрывает данные в легкодоступной для восприятия форме, упрощает процесс принятия верного управленческого решения. [5]. Ю. В. Попова и И. В. Из-

малкова рассматривают типовые и перспективные проблемы, которые решаются в системе управленческого учета, а также вопросы о создании эффективной бизнес-модели предприятия, об устойчивом развитии фирмы [6].

Таким образом, зная о вышеописанных механизмах, современные предприятия АПК должны грамотно использовать управленческий учет в бизнес-процессах, чтобы иметь возможность для принятия своевременных оптимальных управленческих решений. Учитывая набирающий силу тренд на дальнейшую цифровизацию экономики следует продолжить исследования в данном направлении в будущем, а коммерческим организациям АПК применять их в практике хозяйственной деятельности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. О бухгалтерском учете : федер. закон от 6 дек. 2011 г. № 402-ФЗ. URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 30.03.2022).

2. Бухгалтерский, управленческий и налоговый учет как основа интегрированного учета устойчивого развития организаций АПК / Т.Ю. Серебрякова, Н.И. Белоусова, С.А. Хмелев, А.С. Хусаинова. М.: Общество с ограниченной ответственностью «Русайнс», 2021. – 140 с. – ISBN 978-5-4365-6457-9.

3. *Ионов, А.А.* Управленческий учет как инструмент управления бизнес структурой АПК // Актуальные вопросы экономики : сборник статей VII Международной научно-практической конференции, Пенза, 25 мая 2021 года. Пенза: Наука и Просвещение, 2021. С. 83–85.

4. *Маккаева, Р.С.А.* Формирования учетной политики в системе управленческого учета / Р.С.А. Маккаева, К. М. Асхабов, И. Л. Кокурхаева // Вопросы устойчивого развития общества. 2022. № 2. С. 37–42.

5. *Мисюрина, К.Р.* Автоматизация управленческого учета на предприятии // Дискуссии в области гуманитарных, естественно-научных аспектов современности: материалы XXXV Всероссийской научно-практической конференции, Симферополь, 15 февраля 2022 года. Ростов-на-Дону: Профпресслит, 2022. С. 437–442.

6. *Попова, Ю.В.* Методические аспекты управленческого учета: создание эффективной бизнес - модели развития предприятия / Ю.В. Попова, И.В. Измалкова // Мировой опыт и экономика регионов России: Сб. научных работ молодых ученых по материалам XIX Всероссийской студенческой научной конференции с международным участием, Курск, 18–19 марта 2021 года. Курск: Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2021. С. 163–166.

# КООПЕРАТИВНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ЭКОНОМИКЕ

## РОЛЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

**Аксенова М.Ю.**, студент

Научный руководитель **Девяткина Т.А.**, преподаватель  
*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

С конца двадцатого века начался постепенный переход к цифровой экономике, связанный с появлением Интернета, который с кризисом-пандемией COVID-19 значительно ускорился и заставил предпринимателей действовать более уверенно, а многим компаниям и вовсе пришлось покинуть рынок.

Данный период в развитии человечества, в частности предпринимательства и бизнеса, характеризуется как сложный. При таком активном развитии человечества за последнее время, ускорении научно-технического прогресса, значительно осложненными, кризисными ситуациями, открываются как огромные возможности развития, так и большие риски для предпринимательства и бизнеса. Однозначно можно сказать одно: цифровизация экономики неизбежна и происходит прямо сейчас.

Для начала проясним, что же такое цифровая экономика. Нельзя дать четкое определение данному явлению, так как оно будет меняться в зависимости от контекста. Точно можно сказать одно – деятельность данной экономики базируется на цифровых технологиях (в частности компьютеры, мобильные телефоны, Интернет и др.) и ей присущи такие черты, как электронная коммерция, электронное ведение бизнеса, товары и услуги, производимые и сбываемые в цифровом пространстве.

На сегодняшний день экономика России развивается по многим направлениям. Среди них можно выделить две тенденции. Это развитие и поддержка малого предпринимательства, важность которого уже давно общепризнана, и эта идея активно поддерживается государством. И второй тенденцией является набирающая

обороты повсеместная цифровизация, в том числе в рамках национальной программы развития цифровой экономики в Российской Федерации до 2035 года и реализуемый с конца 2018 г. и до конца 2024 г. национальный проект «Цифровая экономика Российской Федерации».

Ключевыми целями нацпроекта являются:

1. Увеличение внутренних затрат на развитие цифровой экономики.

2. Создание устойчивой и безопасной информационно-телекоммуникационной инфраструктуры высокоскоростной передачи, обработки и хранения больших объемов данных, доступной для всех организаций и домашних хозяйств.

3. Использование преимущественно отечественного программного обеспечения государственными органами, органами местного самоуправления и организациями [1].

Малый бизнес очень важен для цифровой экономики, так как он характеризуется высокой степенью централизации, гибкостью, обладает быстрой реакцией на изменение рынка, и из-за высокой конкурентной борьбы малые предприятия для достижения успеха могут внедрять в свою деятельность инновации и цифровые технологии.

Эти характеристики малого бизнеса позволяют быстро и эффективно внедрять и проверять на деле цифровые решения, помогая развивать цифровую экономику по всей стране. Из-за размеров крупным предприятиям сложнее переходить на стандарты цифровой экономики, именно поэтому цифровая экономика должна начинать свое развитие с малых предприятий.

Среди основных преимуществ малого бизнеса по сравнению с крупным чаще всего приводят следующие факторы:

- близость к местным рынкам и приспособление к запросам потребителей;

- более быстрая адаптация к местным условиям хозяйствования;

- возможность производства продукции в небольшом объеме;

- большая свобода действий субъектов малого предпринимательства, гибкость и оперативность в принятии решений и их выполнении;

- низкая потребность в первоначальном капитале;

- относительно высокая оборачиваемость собственного капитала, более высокая рентабельность и др.

К преимуществам малого бизнеса также можно отнести относительно невысокие входные пороги, которые делают его более доступным. В силу того, что у предпринимателя есть возможность реализовать свои способности и идеи, малый бизнес часто привлекает талантливых индивидуально настроенных людей.

Часть владельцев малых предприятий ведет свой бизнес руководствуясь не только целью получения наибольшей прибыли, но и нацелены на решение социальных проблем [3].

Цифровые технологии сегодня находят свое применение в различных сферах экономики, включая производственный сектор, сферу услуг, оптовую и розничную торговлю. Цифровизация затрагивает большинство бизнес-процессов, включая осуществление закупок и продаж, маркетинг, управление персоналом. К ключевым задачам цифровизации можно отнести:

- оптимизация скорости и повышение удобства операционной деятельности бизнес-структур на основе ИКТ;
- реализация отдельных элементов концепции устойчивого развития в области использования ограниченных ресурсов;
- формирование новых каналов коммуникации с ключевыми стейкхолдерами (клиенты, государство, поставщики, партнеры);
- снижение транзакционных издержек в процессе осуществления деятельности;
- выход на новые рынки и диверсификация бизнеса.

В связи с повсеместным развитием цифровых технологий предпринимательские структуры в настоящий момент проходят этап трансформации, специфика которого определяется сферой деятельности организации, но при этом можно выделить ряд объединяющих критериев отнесения предпринимательской организации к цифровому формату:

- разработка и использование новых систем осуществления коммуникации на внутрикорпоративном и внешнем уровне;
- адаптация моделей электронной торговли;
- использование автоматизированных систем управления;
- внедрение технологий управления информационными потоками и информационной безопасностью предпринимательской структуры.

Бизнес-модели, получающие распространение в условиях цифровой экономики: краудсорсинг, электронная торговля, услуги аренды имущества, электронная коммерция, бесплатные цифровые продукты с интегрированной рекламой и др.

Несомненно, положительными чертами цифровой экономики для бизнеса являются:

- возможность дистанционного ведения, организации и управления бизнесом;
- возможность предоставления более простого способа взаимодействия продавцов и покупателей;
- публичность организаций, упрощение ведения государственного учета, снижение уровня теневой экономики;
- развитие искусственного интеллекта.

Благодаря цифровым технологиям стало возможным удаленное пользование услугами консалтинговых, юридических и иных фирм [2, с. 391]. Многие предприниматели пользуются аутсорсингом, отдавая, например, функции бухгалтерского учета сторонней фирме и при этом экономя на штатном бухгалтере.

На данный момент очень популярными являются маркетплейсы (от англ. marketplace) – это платформа электронной коммерции, онлайн-магазин электронной торговли, который предоставляет информацию о товарах или услугах, предлагаемых различными компаниями, участниками маркетплейса. Часто маркетплейсы также берут на себя часть сделки, связанную с сопровождением клиента и расчетами между продавцом и покупателем, гарантируя защиту интересов каждой стороны.

Также развитие цифровых технологий привело к появлению новых способов рекламы, продвижения бизнеса и снижению издержек на это за счет использования социальных сетей, сайтов с объявлениями, собственных сайтов компании и интернет-магазинов.

Эффективность таких решений для малого бизнеса заключается в значительной экономии на персонале, площадях, торговом оборудовании, логистике. Цифровые технологии позволяют продавать товар без его выставления в собственном торговом зале и даже без прямого контакта с клиентом.

Одним из конкретных и обыденных для малого бизнеса атрибутом цифровой экономики стали введенные в обязательное использование 54-ФЗ онлайн-кассы. Они используются в торговле, в сфере общественного питания, оказания бытовых и иных услуг и прочих сферах.

Однако, как и у любого явления, у цифровой экономики есть свои недостатки (в частности для бизнеса и потребителей):

- присутствие на рынке больших глобальных конкурентов, которые отчасти обладают возможностями монополий, например, Google, Amazon, Alibaba и др.;

- опасность хищения и разглашения секретной информации компаний, их баз данных, информации о потребителях, кражи финансов и др.;

- снижение конфиденциальности и сокращение личного пространства каждого человека в условиях общедоступности информации;

- низкий уровень цифрового законодательства в странах СНГ и низкий уровень контроля за его соблюдением.

Перспективы развития цифровой экономики:

- во-первых, важнейшим следствием цифровизации, очевидно, становится усиленная и ускоренная глобализация, частичное сти-



вание границ между странами с открытой экономикой, а позже, возможно, и между странами с закрытой экономикой;

– во-вторых, переход значительной части жизнедеятельности людей в онлайн. В будущем возможно 50, 60, 70 и более процентов жизнедеятельности большинства людей перенесутся в цифровой мир;

– в-третьих, нарастающий контроль над населением, в связи с развитием биометрической идентификации личности, также имплантированные в тело чипы, содержащие информацию о конкретном человеке, что сейчас вызывает опасения у многих людей;

– в-четвертых, все большая зависимость экономики от техники и искусственного интеллекта.

Таким образом, цифровая экономика как одно из направлений научно-технологического развития России, оказывает положительное влияние на развитие малого предпринимательства. И применение в этой сфере инновационных технологий способно повысить ее эффективность. Поэтому, несмотря на имеющиеся проблемы, развитие цифровой экономики в сфере малого предпринимательства должно продолжаться и поддерживаться государством, потому что оно способствует улучшению благосостояния населения страны, укреплению национальной экономики и положения России в мировой экономике.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс] / Правительство России: офиц. сайт, 2019. URL: <http://government.ru/info/35568/>

2. Тагаров. Б.Ж. Влияние цифровой экономики на занятость населения в условиях экономического неравенства между территориями // Известия Байкальского государственного университета. 2019. Т. 29. № 3. С. 388–395.

3. Умнов, В.А., Плюхина А.А., Матвеев М.В. Анализ системы государственной поддержки социального предпринимательства в России // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». № 3(13), 2018. С. 77–89.

4. Филимонова, Н.М. Экономика и организация малого и среднего бизнеса: учебное пособие // Н.М. Филимонова, Н.В. Моргунова, Е.С. Ловкова. 2-е изд., доп. М.: ИНФРА-М, 2020. 222 с.

## МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ

**Кондратьев В.Р., студент**

Научный руководитель **Пруцкова Е.В., доцент**  
*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

Бизнес – это предпринимательская деятельность, направленная на получение прибыли в долгосрочной перспективе.

Предпринимательство является одной из форм хозяйственной деятельности в рамках рыночной модели экономики. Оно представляет собой источник формирования социально-экономического развития общества.

В нашей стране в начале 21 века, в отличие от зарубежных стран процесс структурирования институциональных моделей взаимоотношений власти и бизнеса только начался. Бизнес нашей страны, после присоединения новой Республики в 2014 году получил мощный удар от иностранных санкций.

В структурировании всемирного экономического пространства, санкции показывают себя, как наиболее разрушительные экономические меры, которые несут негативное воздействие на безопасность экономики государства. Усиление напряженности и санкции снизили интерес зарубежных инвесторов к экономике Российской Федерации. Данные действия оказали большое влияние на замедление экономического роста страны, обострилась зависимость российского производства от иностранных технологий, понизилась инвестиционная активность национального бизнеса.

Прямое отрицание стран ЕС и США в вопросе налаживания равноправных отношений с Российской Федерацией поднимают вопрос о тщательном рассмотрении трансформаций, которые происходят в отношении бизнеса и правительства.

Бизнес-компании представляются ключевыми игроками и владельцами ценных ресурсов и интересов, влияющих на принятия национальных решений, данная ситуация показывает, что невозможно отрицать этот факт. Следуя из этого новая структура взаимодействия бизнеса и Российской власти обязана стать фактором для реализации антикризисных мер.

Из-за санкций со стороны нескольких стран в отношении Российской Федерации, а также ограничениями по ведению внешнеэкономической деятельности, которые заделали работу физических и юридических лиц, правительство на федеральном и региональном уровне разрабатывает и принимает меры по поддержке бизнеса.

В данный момент экономическая ситуация в стране меняется

очень быстро, из-за этого меры поддержки бизнеса постоянно дорабатываются. Реализация мер по поддержке предпринимателей на всех этапах развития бизнеса, главная задача государственного проекта.

Комплекс мер поддержки бизнеса в условиях санкций разработан Правительством в середине марта, включает 110 мер, из которых 60 уже реализованы. Остальные должны быть осуществлены в ближайшие недели.

Для отдельных отраслей вводятся льготные кредиты (IT-отрасль, системообразующие предприятия) или отсрочки по исполнению обязательств по субсидиям и кредитам для пострадавших промышленных компаний и ИП, а также для аграриев.

Основной пакет мер поддержки бизнеса в условиях санкций.

Налоговые каникулы. Именно этой меры поддержки бизнеса в условиях санкций больше всего ждут предприниматели, но власти пока не спешат давать такие льготы. Пока работают лишь традиционные, устанавливаемые региональными властями, — 0% на два года для впервые зарегистрированных ИП на УСН или ПСН в определённых сферах деятельности. У регионов есть время до 2025 года, чтобы принять соответствующие законы.

Налог на прибыль. Изменений достаточно много, не хотелось бы «нагружать» вас изменениями в учёте курсовой разницы при определении величины собственного капитала или в определении предельной величины процентов для долговых обязательств. Скажем только что изменений достаточно много, они довольно специфические, далёкому от бухучёта человеку нужно специально разбираться в вопросе.

Просрочка уплаты налогов. В 2022 и 2023 годах ООО не будут начислять повышенные пени при несвоевременной уплате налогов и некоторых других нарушениях. Пени юрлицам будут считать также, как физлицам и ИП, а за несущественные нарушения будут выносить предупреждения.

Кредиты. Продолжает работу видоизменённая программа 1764 (по номеру постановления Правительства), по ней МСП дают кредиты на определённые цели: пополнение оборотных средств, инвестиции, рефинансирование.

Изменяют программу стимулирования кредитования — по ней Банк России даёт льготное фондирование банкам под поручительства Корпорации МСП. Последней более чем в 2 раза увеличивают уровень риска в рамках «зонтичных» поручительств.

До конца марта можно успеть воспользоваться антикризисной программой кредитования — ставки низкие, но существует лимит средств.

Кредиты с плавающими ставками — по ним можно перенести уплату процентов на конец года. Это когда ставка привязана к ставке ЦБ, таких до 40% от общего объёма.

Все запущенные льготные программы поддержат около 1 трлн. рублей кредитов для МСП. Общий кредитный портфель на сегодня около 8 трлн. рублей.

Кредитные каникулы. Аналогичны тем, которые вводились в разгар пандемии, можно отсрочить выплату кредита на 6 месяцев или уменьшить размер платежей. Подать заявку могут и те, кто уже пользовался каникулами в 2020 году. На период каникул проценты продолжают начислять.

Кстати, ИП могут воспользоваться правом на кредитные каникулы как физлицо, а не как представитель пострадавшей отрасли, там немного другие условия.

Россия в очередной раз столкнулась с чрезвычайными экономическими обстоятельствами. Но нельзя не отметить, что санкции, вводимые против нашей экономики, носят беспрецедентный характер. И государство старается оперативно на это отреагировать - практически сразу были анонсированы пакеты мер государственной поддержки бизнеса.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Экономика малого и среднего бизнеса: учеб. / Е.И. Балалова, О.В. Баскакова, М.Ш. Мачабели, Т.В. Рудакова. М.: ИТК «Дашков и К», 2021.

2. Социальная ответственность бизнеса в дореволюционной России / А.Р. Архипова, Е. В. Карась.

3. Отчет об оказании услуг по проведению информ.-аналит. и конс-говых услуг по экспертизе проекта Концепции развития кооп-ции на рег.уровне в части положений, устан-щих единые принципы форм-ия бизнес-моделей кооп-вов, правила форм-ия кооп.капитала, а также основы создания спец.агентства (рег.службы) по выбору кооперационных сообществ (функц-ое назнач-ие в рамках рег.развития, орг-ия, упр-ие) (итоговый): Договор № ГВОО-010190 от 20 сентября 2021 / ИП Клименко А.П. М., 2021. 11 с.

4. Налоги и налогообложение субъектов малого и среднего бизнеса: учеб.пособие / Л.А. Митюрникова, О.В. Каурова, Е. И. Балалова. М.: КНОРУС, 2021. 302 с.

5. Планирование и проектирование организаций: учебник / Л.Г. Руденко. М.: Дашков и К, 2019. 240 с.

# СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

## СТУДЕНЧЕСКИЙ ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В КАМЧАТСКОМ КРАЕ

**Гербер Э.А., студент**

**Рогачева А.И., студент**

**Коробова В.П., студент**

Научный руководитель **Рогалева Н.Л., доцент**

*Камчатский филиал Российского университета кооперации*

Идея студенческого экологического туризма появилась с учетом основных целей национальных проектов РФ:

– «Экология» – кардинально улучшить экологическую обстановку и положительно повлиять на оздоровление россиян, и федерального проекта «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма»;

– «Туризм и индустрия гостеприимства» – увеличение социальной и экономической роли туризма в развитии Российской Федерации;

– «Образования» является воспитание гармонично развитой и социально ответственной личности на основе духовно-нравственных ценностей народов РФ, исторических и национально-культурных традиций» [1].

Идея студенческого экологического туризма – доступный экологический туризм для школьников и студентов с миссией Экообучение, переходящего именно в Экоучение.

Актуальность студенческого экологического туризма определяется стремительным развитием сферы туризма, последние сорок лет экологический туризм получил широкое распространение во многих странах мира, в частности и в России, Камчатский край находится только в начале пути освоения туристами, мы знаем много примеров из прошлого столетия «варварского» туризма, что привело к исчезновению уникальных уголков природы, а с ни-

ми и всей экосистемы, в том числе и коренных народов территорий [2].

Конечно, национальные парки, заказники и другие, особо охраняемые природные территории (*далее – ООПТ*) различных масштабов представляют перспективный рынок для развития экотуризма в силу их природной и культурной специфики, наша основная задача сделать это освоение полезным и бережливым [3].

Многие отечественные и зарубежные информационные источники популяризуют экологический туризм России, говорят о его активном развитии, но доход от посещений ООПТ в России почти в 40 раз ниже, чем в Кении, в 300 раз ниже, чем в Австралии и в 1000 раз ниже, чем в США.

Изучение и анализ сети ООПТ России с целью выявления возможности их использования для организации экологического туризма – на сегодняшний день актуальная задача. В России создано более 13 тысяч ООПТ различного уровня, разнообразие и уникальность природных ландшафтов России, наличие широкой сети ООПТ открывают большие возможности для развития экологического туризма.

Экологический туризм в настоящее время является одним из самых перспективных способов щадящего природопользования. Данный вид туризма предполагает не только посещение ненарушенных природных территорий, но и изучение их свойств и особенностей и активное участие в сохранении животного и растительного мира [2].

Но практическая реализация этой концепции имеет большие проблемы: уровень экологического образования и просвещения не соответствует серьезности экологических проблем. Это связано с отсутствием единой государственной политики в данной сфере и низкой востребованностью со стороны общества, низкой экологической культурой.

Экономические интересы местных жителей регионов, часто превалируют над экологическими, и концепция «экологической» экономики регионов пока остается только мифом.

Выше изложенное определяет актуальность студенческого экологического туризма его реализация позволит решить следующие задачи.

Задачи студенческого экологического туризма:

- проведение теоретических научных исследований в сферах экологического туризма и экологического обучения;
- сделать туризм доступным для школьников и студентов Камчатского края и других регионах России;
- формирование программы развития «экоучение+экотуризм»;
- разработка методических рекомендаций использования про-

граммы развития «экоучение + экотуризм», то есть стремления к дальнейшему самообучению и применению полученных знаний в области экотуризм.

Теоретическая значимость студенческого экологического туризма будет заключаться:

– в совершенствовании туристской сферы деятельности, внедряя методические рекомендации программы развития «экоучение + экотуризм»;

– в формировании навыков владения экоккомпетенцией своего региона на уровнях: «постоянный житель региона (коренные малочисленные народы региона) – турист», «турист – турист», «постоянный житель региона (коренные малочисленные народы региона) – постоянный житель региона (коренные малочисленные народы региона)».

Практическая ценность результатов студенческого экологического туризма заключается в повышении уровня знаний в сфере экологического туризма, в формировании методических рекомендаций использования программы развития «экоучение + экотуризм» региона, волонтерская помощь студентов экотуризма.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Рогалева, Н.Л.* Основные мероприятия, способствующие развитию бренда Камчатского края и туристического потенциала в целом // Экономика Камчатки. Прошлое, настоящее, будущее: Коллективная монография / Под общей редакцией Д.А. Коростелева. Петропавловск-Камчатский : Издательство «Новая книга», 2020. С. 169–185.

2. *Рогалева, Н.Л.* Оценка состояния туристского продукта в Камчатском крае // Инновации и инвестиции. 2019. № 2. С. 283–289.

3. *Хураськина, Н.В.* Роль экологического образования и правового обучения в формировании эколого-правовой компетенции у школьников: теоретический аспект // Актуальные проблемы юридической науки и правоприменительной практики: сборник материалов VI международной научно-практической конференции, посвященной 25-летию юридического факультета, Чебоксары, 02 декабря 2016 года. Чебоксары: Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова, 2016. С. 184–192.

#### ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

**Гульняшкина П.В., студент**

**Научный руководитель Келейникова С.В., доцент  
Саранский кооперативный институт (филиал) РУК**

Экономическая стабильность организации, ее выживаемость и эффективность деятельности в условиях рыночных отношений

неразрывно связаны с ее непрерывным совершенствованием и развитием. Для обеспечения нормальной работоспособности, выполнения поставленных руководством задач и достижения целей необходимо постоянное управление предприятием.

В управляющей деятельности важное место занимает система управления, от качества которой во многом зависит эффективность всего процесса управления.

Управление организацией – это комплексный процесс, направленный на достижение установленных целей предприятия путем рациональной организации производственного процесса, с участием всего персонала. Работодатель разрабатывает правила, принципы, требования для организации работы персонала. Подчиненные выполняют все назначения своих управляющих.

С такой концепцией происходит управление организацией. А эффективность выражается в динамике управления и конечных результатах деятельности [2].

Проблемам управления организацией уделялось всегда серьезное внимание различными учеными. На сегодняшний день выработан ряд определений эффективности предприятия. Знаменательно, что данная область исследования имеет менеджерский подход. Так П. Друкер в своей книге «Практика менеджмента» определяет эффективность предприятия как максимально выгодное соотношение между совокупными затратами и экономическими результатами. Д. Нортон и Р. Каплан с их Системой Сбалансированных Показателей – подчеркивают стратегическую перспективу, характеризуя систему как инструмент каскадирования по организационной иерархии целей и стратегии организации.

При этом подчеркивается возможность с помощью систем оценки эффективности деятельности отслеживать прогресс в достижении стратегических целей организации. Очень точно подметил в своей книге «Стратегическое управление» И. Ансофф отмечив, что процесс подготовленности кадров управляющих к изменениям должен опережать процесс изменений

Исходя из приведенных определений, можно выявить некоторые особенности эффективности, как экономической категории:

- любая экономическая эффективность организации в первую очередь констатируется фактом получения удовлетворяющих финансовых показателей. А именно, прибыль и рентабельность (степень эффективности использования материальных, трудовых, денежных ресурсов), которые рассчитываются на долгосрочную перспективу в сравнении предшествующих периодов;

- на текущий момент времени при планировании экономической эффективности нужно не только приравняться к намеченным



перспективам, но и надо быть на шаг дальше, т.е. следовать более высокому уровню результатов;

– учитывая рынок производства в современных условиях, руководителям своих организаций следует прийти к созданию такой системы управления, которая бы действовала на постоянной основе. Эта система могла бы осуществлять постоянный контроль за процедурой оценки мероприятий по повышению уровня эффективности деятельности.

Существуют основные виды эффективности [1]:

1) экономическая эффективность. Ее сущность заключается в построении оптимального плана, который приведет к достижению намеченного результата хозяйствующего субъекта, а именно путем получения прибыли;

2) социальная эффективность. Ее значение проявляется в получении вознаграждения предприятия, как внутренне (награждение работодателем своих сотрудников за проделанную работу – увеличение заработной платы, продвижение по карьерной лестнице), так и внешне (чувство значимости достижение результата, восхищение от проделанной работы), т. е. работники получили удовлетворение от проделанной работы в организации;

3) техническая эффективность. Данный вид эффективности характеризуется количественными (контроль приема, сертификации продукции; инспекционный контроль; надзор за соблюдением стандартов произведенной продукции) и качественными (степень организации производства, которая обеспечивается компанией; соответствующие параметры, которые характеризуют качество, приобретённого оборудования; квалификация сотрудников, стимулирование и мотивирование для организационного процесса) показателями, требуемые для каждого вида произведенной продукции;

4) экологическая эффективность. Она подразумевает защиту от окружающей среды. А именно, необходимо контролировать все загрязняющие и химические вещества попадающие, в атмосферу.

Следует выявить источники их возникновения и привести к сокращению таких веществ. Поскольку все вредоносные вещества всегда вырабатываются на производственных заводах и руководству предприятия нужно выяснить какими методами будет эффективнее сократить отток отходов.

В современный период времени, перед каждым менеджером всегда встает одна из принципиальных для бизнеса задач – эффективное управление. Критерии эффективности управления дают возможность оценить качество работы руководителя. Оценка должна осуществляться регулярно, чтобы своевременно обнару-

живать сильные и слабые стороны и вносить соответствующие изменения.

Существуют общие, локальные и качественные критерии, которые относятся к объекту управления [2].

Под общими критериями понимаются экономические итоги функционирования объекта управления, а именно: осуществление предприятием собственной миссии при минимальных затратах.

К локальным критериям, которые довольно распространены, можно отнести: затраты труда на производство товаров или оказание услуг, затраты материальных ресурсов, затраты денежных ресурсов, показатели применения основных производственных фондов, увеличение скорости оборачиваемости оборотных средств, уменьшение периода окупаемости капиталовложений.

Качественные критерии в себя включают: рост процента товаров наивысшей категории качества, обеспечение экологичности, выпуск товаров, необходимых потребителям, улучшение условий труда персонала, ресурсоэнергосбережение и пр.

Часто максимум выпуска товаров тоже относят к критериям эффективности управления, но лишь в некоторых обстоятельствах. Частные (локальные) показатели могут объединять производительность труда, материалоемкость, фондоотдачу основных производственных фондов, оборачиваемость оборотных средств, окупаемость капиталовложений.

С учетом всех факторов можно вывести положительные и отрицательные положения эффективности [3]:

1) Положительными моментами являются оптимальный алгоритм для проведения вычислений, проведения анализа, используя необходимые формулы и коэффициенты. В этих формулах и коэффициентах также содержится простота их проведения, большое количество примеров применения данной модели на конкретных предприятиях;

2) Отрицательными моментами являются проведения эффективности являются узкая информированность конкретных факторов, отсутствие учета риска, неполный учет затрат по привлечению капитала, трудности в сравнении показателей эффективности нескольких предприятий вследствие различий в их учетной политике.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в настоящее время существует множество способов повышения эффективности управления предприятием.

Каждый руководитель своей организации самостоятельно выбирает пути повышения эффективности деятельности компании, но в то же время оценка эффективности управления организацией позволяет выявить факторы, снижающие эффективность. Отрица-

тельные результаты свидетельствуют об ухудшающейся динамике фирмы. Поэтому, чтобы была наибольшая эффективность управленческой деятельности необходимо использовать все пути и подходы в комплексе, ориентируясь при этом на цели и стратегии развития предприятия.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Балдин, К.В.* Управленческие решения / К.В. Балдин, С.Н. Воробьев, В.Б. Уткин. М.: Дашков и Ко, 2019 г. С. 496.
2. *Камышанов, П.И.* Финансовый и управленческий учет и анализ: учебник / П.И. Камышанов, А.П. Камышанов. М.: ИНФРА-М, 2017. С. 592.
3. *Ковалев, В.В.* Сборник задач по финансовому анализу: монография. М.: Финансы и статистика, 2018 г. С. 128.

### **НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО «НИЖНЕКАМСКШИНА» В УСЛОВИЯХ ЛИБЕРАЛИЗАЦИИ**

**Зухуров Ф.З., магистрант**

**Научный руководитель Шамсутдинова М.Р., доцент**

*Казанский кооперативный институт (филиал) РУК*

На сегодняшний день особым аспектом, существенно влияющим на развитие государства в целом и отдельных территорий Российской Федерации, является внешнеэкономическая деятельность. Внешняя экономическая деятельность на современном этапе развития мирового сообщества и государств имеет своей целью осуществление использования имеющихся у государства внешних связей и тех преимуществ, которые обеспечивает организованное международное сотрудничество. При этом посредством этого возможно выполнить особо значимые для государства задачи в экономической сфере, в социальной сфере, а также относительно рационализации государственной деятельности и повышения ее эффективности.

В Республике Татарстан система регулирования ВЭД субъекта РФ достаточно сложна и многогранна. При этом нельзя не отметить в последние годы улучшение ситуации в области оказания различных видов поддержки для участников ВЭД. Нормативно-правовая база включает в себя законодательные акты, принятые не только на уровне региона, но и на уровне Российской Федерации, а также международные нормативно-правовые акты, положения которых действуют на территории нашей страны. Решение ряда во-

просов в сфере внешнеэкономической деятельности находится в совместном ведении РФ и ее субъектов, что нередко на практике усложняет решение возникающих проблем и удлиняет сроки их рассмотрения [1].

Основным законом, регулирующим внешнеэкономические отношения в Российской Федерации, является Федеральный закон «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» от 08.12.2003 №164-ФЗ. Он определяет основы государственного регулирования внешнеторговой деятельности, а также защищает экономические и политические интересы Российской Федерации.

Регулированием внешнеторговых отношений РФ занимаются Президент РФ, Правительство РФ и Министерство экономического развития и торговли и торговли, Федеральная таможенная служба, Министерство финансов и Министерство экономического развития и торговли РФ. Меры контроля внешнеэкономической деятельности подразделяются на инструменты таможенно-тарифного и нетарифного регулирования. Первые включают в себя импортные и экспортные пошлины, вторые – квоты, лицензии, исключительное право на экспорт/импорт, наблюдение за экспортом/импортом отдельных видов товаров, а также специальные защитные, антидемпинговые и компенсационные меры. В рамках Евразийского экономического союза документом, определяющим указанные правовые основы, является Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (ТК ЕАЭС). В нем определен механизм государственного регулирования перемещения товаров, работ, услуг, капиталов через таможенную границу союза. К правовым формам внешнеэкономической деятельности можно отнести международные договоры, которые могут быть как многосторонними, устанавливающими основные принципы и направления взаимодействия государств, заключивших такие договоры, в сферах, отраженных в определении внешнеэкономической деятельности, так и двусторонними, положения которых направлены на урегулирование двусторонних отношений по конкретным вопросам.

Помимо основных документов, регулирующих внешнеэкономическую деятельность и закрепляющих нормы таможенного законодательства, существует ряд Федеральных законов, закрепляющих те или иные действия, применительно к определенным сферам внешнеэкономической деятельности. Например, Федеральный закон от 04.01.1999 № 4 «О координации международных и внешнеэкономических связей субъектов Российской Федерации». При экспортном контроле органы государственной власти, уполномоченные на его проведение, руководствуются Федеральным законом «Об экспортном контроле» от 18.07.1999 № 183, устанавли-

ваются принципы осуществления государственной политики, правовые основы деятельности органов государственной власти Российской Федерации в области экспортного контроля [2].

ПАО «Нижнекамскшина», входящее в состав Шинного бизнеса Группы «Татнефть» КАМА TYRES – крупнейшее предприятие шинной промышленности Российской Федерации, в числе лидеров среди производителей легковых и легкогрузовых шин в странах СНГ.

В ассортименте предприятия – более 280 позиций легковых и легкогрузовых шин шинных брендов КАМА и Viatti [3].

По итогам 2020 года география экспортных поставок продукции ПАО «Нижнекамскшина» насчитывала 37 стран, в которых расположено более 80 контрагентов. Освоен новый рынок сбыта в Панаме, возобновились поставки на Украину.

Помимо оптовых дистрибьюторов и розничных торговсервисных сетей продукция ПАО «Нижнекамскшина» поставляется и в адрес корпоративных потребителей, таких как X5 Retail Group (торговые сети: «Перекресток», «Карусель», «Пятерочка»). Абхазия, Австрия, Азербайджан, Армения, Беларусь, Бельгия, Болгария, Бразилия, Венгрия, Вьетнам, Германия, Греция, Грузия, Египет, Италия, Казахстан, Киргизия, Куба, Литва, Молдова, Монголия, Пакистан, Панама, Польша, Румыния, Сербия, Сингапур, Словакия, Словения, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан, Украина, Финляндия, Чехия, Южная Осетия, Эстония.

Выводы. Можно предложить следующие основные направления его совершенствования:

1) стимулирование несырьевого экспорта Российской Федерации;

2) увеличение поступления таможенных платежей от внешнеэкономической деятельности в бюджет;

3) повышение инвестиционной привлекательности российской экономики. Регулирование внешнеэкономической деятельности Российской Федерации в настоящий момент должно быть направлено на поддержку производства и экспорта высокотехнологичной продукции с высокой долей добавленной стоимости.

Государственная поддержка экспорта несырьевых товаров может стать источником повышения уровня диверсификации российского экспорта, увеличит конкурентоспособность страны, создаст толчок инновационно-технологическому обновлению экономики, а также повысит эффективность внешнеэкономической деятельности. На современном этапе основные направления совершенствования государственного регулирования внешнеэкономической деятельности состоят в следующем: стимулирование несырьевого экспорта Российской Федерации, увеличение поступления тамо-

женных платежей от внешнеэкономической деятельности в бюджет; повышение инвестиционной привлекательности российской экономики.

Дальнейшее развитие законодательной базы, усовершенствование информационных систем, гибкость и быстрая адаптивность к изменяющимся условиям, а также грамотные и своевременные действия, обеспечат быстрое решение множества проблем международной логистики.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Веселова, Н.А.* Роль государственного регулирования для внешнеэкономической деятельности и деятельности рынка // Молодой ученый. 2019. № 50 (288). С. 171–173.

2. *Чернова, А.А.* Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности // Modern Science. 2021. № 11-3. С. 126–130.

3. Официальный сайт ПАО «Нижнекамскшина» <https://shinakama.tatneft.ru/> (дата обращения: 09.04.2022).

### **ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНИКА ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ЛИБЕРАЛИЗАЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Зухуров Ф.З., магистрант**

Научный руководитель **Шамсутдинова М.Р., доцент**

*Казанский кооперативный институт (филиал) РУК*

В настоящее время процесс либерализации внешнеэкономической деятельности является глобальным процессом, так как он охватывает все государства. Это ведет к свободной рыночной конкуренции между предприятиями.

Важнейшей функцией государства является создание и контроль за соблюдением требований нормативно-правовых актов, а также создание новых рабочих мест и стимулирование развития предприятий.

Посредством либерализации создается возможность проводить экономические действия. Снижаются ограничения, которые связаны с экономической деятельностью.

В современных условиях процесс либерализации отмечается во многих государствах в виде снижения контроля государства за внешнеэкономической деятельностью.

Итак, Либерализация ВЭД – это комплекс взаимосвязанных мероприятий, которые направлены на обеспечение свободного внеш-

неторгового оборота, что в конечном итоге ведет к снижению таможенных и тарифных барьеров.

Либерализация ВЭД является основным требованием международного сообщества. Требования, которые предъявляются к либерализации ВЭД были выдвинуты впервые международными организациями, занимающиеся контролем за выполнением международных требований.

Можно выделить следующие процессы либерализации внешнеэкономической деятельности:

- консолидация;
- мобилизация внутренней экономики;
- диверсификация экономики;
- развитие экономики за счет увеличения курса национальной валюты.

Рассмотрим эти процессы подробнее. Консолидация представляет собой стратегию страны, которая направлена на защиту производителей.

Диверсификация экономики состоит в принудительных мерах, направленных на развитие новых секторов экономики.

Следует отметить, что либерализация внешней торговли может привести к тому, что отечественные предприятия будут неспособны конкурировать с зарубежными товаропроизводителями, особенно если в стране отмечается нестабильность.

АО «Набережночелнинский крановый завод» – надёжный и динамично развивающийся партнёр на рынке грузоподъёмного оборудования. История компании началась в 1997 году. Сегодня «НЧКЗ» представляет собой комплекс по конструированию, изготовлению, доставке, монтажу и постгарантийному обслуживанию широкого спектра грузоподъёмного оборудования

Несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране, АО «НЧКЗ» стабильно демонстрирует рост производства и продаж грузоподъёмного оборудования как в количественном, так и в стоимостном выражении.

Секрет успеха компании в разработке и внедрении комплексных решений направленных на удовлетворение потребностей заказчика в надёжности, эффективности и безопасности функционирования основных производственных фондов. Это реализуется благодаря производственному и интеллектуальному потенциалу компании. Более 400 высококвалифицированных специалистов и 67.000 м<sup>2</sup> оснащённых производственных площадей позволили выпустить более 5.000 кранов различной сложности.

АО «Набережночелнинский крановый завод» сотрудничает с важнейшими для страны предприятиями оборонно-промышленного комплекса, а также автомобильной, авиационной,

атомной, металлургической, нефтегазовой, строительной и химической отраслями. Среди них – Министерство Обороны РФ, Объединенная судостроительная корпорация, Вертолёты России, Газпром, КАМАЗ, Татнефть, РЖД, Росатом, Роскосмос, Норильский Никель, РУСАЛ, ОДК, Спецстрой России, Нижневартовская ГРЭС и многие другие. «Набережночелнинский крановый завод» известен в России, странах Ближнего и Дальнего Зарубежья.

Основными факторами роста спроса на все типы грузоподъемных механизмов в 2019 году явились:

- общий рост экономики страны и как следствие повышение инвестиционной активности.

- значительными темпами развития отдельных отраслей – основных потребителей грузоподъемных механизмов (строительной отрасли, дорожного и коммунального хозяйства, нефтегазового сектора),

- изношенностью грузоподъемных механизмов в РФ и необходимостью обновления устаревших механизмов на новые, соответствующие более высоким стандартам.

Выводы. Рост продаж грузоподъемных механизмов, прежде всего, обусловлен ростом спроса со стороны строительной индустрии, активно развивающегося промышленного, гражданского и дорожного строительства - основного покупателя грузоподъемного оборудования АО «НЧКЗ».

Важнейшим направлением дальнейшего развития АО «НЧКЗ» как на внутреннем, так и на внешнем рынке является техническое развитие компании.

Генеральным направлением технического развития АО «НЧКЗ» является повышение конкурентоспособности основной продукции – грузоподъемных механизмов АО «НЧКЗ». Актуальность этого направления обусловлена следующими факторами:

- необходимость усиления конкурентных позиций на рынке грузоподъемного оборудования;

- разработка новейших конструкций, не уступающим лучшим современным аналогам;

- повышение безопасности строительной техники, производимой предприятием, что повысит ее конкурентоспособность на международном рынке.

Рационально организованная внешнеэкономическая деятельность предприятия приведет к увеличению объемов производства и росту прибыли предприятия.

Последовательные действия либерализации внешнеэкономической деятельности – необходимый процесс, который приведет Россию к развитию национальной экономики в условиях существующей конкуренции. Для этого необходима государственная



поддержка национального товаропроизводителя для реализации своей продукции на международных рынках.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Иванов, М.Ю.* Внешнеэкономическая деятельность: Учебное пособие / М.Ю. Иванов, М.Б. Иванова. М.: Риор, 2018. 544 с.
2. *Шахбанов, Ш.А.,* Муталимов В.А. Роль и место экономической либерализации и протекционизма в обеспечении экономической безопасности страны // *Фундаментальные исследования.* 2016. № 9-1. С. 209–212.
3. Официальный сайт АО «Набережночелнинский крановый завод» <https://nchkz.ru/>.

## ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

**Зухуров Ф.З., магистрант**

Научный руководитель **Шамсутдинова М.Р., доцент**  
*Казанский кооперативный институт (филиал) РУК*

Внешнеторговая деятельность представляет собой отрасль хозяйственной деятельности, которая может производиться в научно-технической деятельности, экспорте и импорте товаров, а также при выходе организаций на международный рынок для продажи товаров и услуг.

В современных условиях ни одно государство не может успешно функционировать и развиваться без эффективно построенной системы международных отношений, в том числе без внешней торговли. Поэтому во всех государствах внешнеэкономическая деятельность, которая ведется организациями очень важна страны и пользуется поддержкой с ее стороны.

Это обусловлено тем, что внешнеэкономическая деятельность в первую очередь оказывает влияние на развития экономики, а также способствует повышению технологического уровня производственных процессов в организациях.

Внешнеэкономическая деятельность может производиться как на уровне страны, так и на уровне организаций.

- К формам внешнеэкономической деятельности можно отнести:
- государственное регулирование ВЭД;
  - внешнеторговую деятельность предприятий;
  - международную производственную кооперацию [1].

Предприятия является самостоятельными экономическими субъектами, они сами определяют, какую продукцию в каких объ-

емах производить. В целях расширения границ своей деятельности и рынка сбыта, организации начинают вести внешнеэкономическую деятельность. Прежде чем начать осуществлять внешнеэкономическую деятельность, необходимо подписать контракты с иностранными партнерами [2].

Организации заинтересованы в ведении внешнеэкономической деятельности, поскольку она дает возможность расширить границы сбыта продукции.

Рассмотрим особенности осуществления внешнеэкономической деятельности в ПАО «Нижнекамскшина».

ПАО «Нижнекамскшина», входящее в состав Шинного бизнеса Группы «Татнефть» КАМА TYRES – крупнейшее предприятие шинной промышленности Российской Федерации, в числе лидеров среди производителей легковых и легкогрузовых шин в странах СНГ.

В ассортименте предприятия – более 280 позиций легковых и легкогрузовых шин шинных брендов КАМА и Viatti. В разработке новых шин и внедрении инноваций активное участие принимает собственный Научно-технический центр «КАМА». Для изготовления шин применяется современное отечественное и иностранное оборудование, сборка происходит как в ручном, так и в автоматическом режиме.

Высокое качество шин подтверждается тем, что ПАО «Нижнекамскшина» стал первым поставщиком на российском рынке, который омолодил шины на автомобильные заводы таких крупнейших иностранных автопроизводителей, как Fiat, Volkswagen, Skoda и Ford.

По итогам 2020 года география экспортных поставок продукции ПАО «Нижнекамскшина» насчитывала 37 стран, в которых расположено более 80 контрагентов. Освоен новый рынок сбыта в Панаме, возобновились поставки на Украину.

Основными потребителями шинной продукции ПАО «Нижнекамскшина» на первичном рынке являются крупнейшие отечественные и зарубежные производители автомобильной техники – «УАЗ», «Фольксваген Груп Рус», «Форд Соллерс Холдинг», «Автомобильный завод «ГАЗ» и др. [3]

В течение 2020 года отгрузка шин осуществлялась в адрес 12 автопроизводителей. Вторичный рынок является самым крупным в структуре реализации (70% от всех продаж продукции Общества). Были предприняты шаги по реорганизации товаропроводящей сети, что позволило нарастить реализацию продукции ПАО «Нижнекамскшина» в 2020 году на 45% относительно 2019 года. Товаропроводящая сеть охватывает все субъекты Российской Федерации.

Помимо оптовых дистрибьюторов и розничных торговосервисных сетей продукция ПАО «Нижекамскшина» поставляется и в адрес корпоративных потребителей, таких как X5 Retail Group (торговые сети: «Перекресток», «Карусель», «Пятерочка»). Абхазия, Австрия, Азербайджан, Армения, Беларусь, Бельгия, Болгария, Бразилия, Венгрия, Вьетнам, Германия, Греция, Грузия, Египет, Италия, Казахстан, Киргизия, Куба, Литва, Молдова, Монголия, Пакистан, Панама, Польша, Румыния, Сербия, Сингапур, Словакия, Словения, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан, Украина, Финляндия, Чехия, Южная Осетия, Эстония.

Стратегическими задачами ПАО «Нижекамскшина» в области развития внешнеэкономической деятельности выступают:

- обновление ассортимента шин в соответствии с требованиями рынка и тенденциями развития автомобильной отрасли;

- увеличение объемов производства продукции высокой конкурентоспособности с применением ноу-хау и передовых технологий мировых производителей шин;

- поддержание имиджа надежного поставщика шин с уровнем качества, соответствующим мировым стандартам;

- концентрация на реализации стратегических проектов, планомерное техническое перевооружение, реконструкция и модернизация мощностей с освоением высокоточного оборудования ведущих мировых производителей;

- взаимовыгодное стратегическое партнерство с ведущими российскими и иностранными производителями.

Выводы. В сложившихся условиях для формирования стратегии развития внешнеэкономической деятельности была разработана дорожная карта перспективных направлений, основанной на нескольких факторах:

- страны, которые ввели санкции против РФ;

- страны, в которых имеются дополнительные ограничения по техническим характеристикам;

- страны, в которых имеется возможность доработки под потребности заказчика;

- страны, в которых возможно получение льгот со стороны государства для покрытия транспортно-логистических затрат.

В заключении отметим, что производство и продажа автомобилей и комплектующих - динамичная отрасль мировой экономики. Влияние внешних финансово-экономических факторов, ужесточение экологических стандартов, изменение потребительских предпочтений – множество факторов, которые оказывают влияние на отрасль. Для обеспечения конкурентоспособности автомобилей автопроизводителям необходимо вести внешнеэкономическую деятельность и формировать стратегию её развития.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Шашло, Н.В.* Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебное пособие / Н.В. Шашло, А.А. Кузубов; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2017. 304 с.
2. *Гасанова О., Ишкильдина С.А.* Стратегия развития внешнеэкономической деятельности предприятия // *Инновации. Наука. Образование.* 2021. № 33. С. 799–803.
3. Официальный сайт ПАО «Нижнекамскшина» <https://shinakama.tatneft.ru/> (дата обращения: 05.03.2022).

## **ВНЕШНЕТОРГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЛИБЕРАЛИЗАЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Зухуров Ф.З., магистрант**

Научный руководитель **Шамсутдинова М.Р., доцент**  
*Казанский кооперативный институт (филиал) РУК*

Внешнеэкономическая деятельность предприятия подразумевает под собой предпринимательскую деятельность юридических и физических лиц. Она состоит из внешнеторговой и инвестиционной деятельности.

Самым распространенным видом внешнеэкономической деятельности выступает внешнеторговая деятельность. Предприятия ведут работы в сфере внешней торговли, в качестве «товаров» выступают оказываемые услуги, производимые товары, определенная информация или же интеллектуальная собственность.

На современном этапе развития экономики активно возрастает роль либерализации. Либерализация внешнеэкономической деятельности в значительной степени повлияла на особенности и сущность операций, которые осуществляются на внешних торговых площадках.

Каждый российский предприниматель наконец-то смог сам выбрать что, как и где продавать. Открылись новые возможности для максимальной активизации свободной рыночной конкуренции.

В процессе либерализации снижается уровень воздействия государства на экономику, государство ставит перед собой цель создать и сохранить конкурентную среду. Для реализации поставленной цели государственные деятели вносят поправки и изменения в хозяйственное и гражданское законодательство, максимально упрощают процесс возникновения частных предприятий, активно поддерживают малый бизнес, а также оказывают помощь среднему бизнесу.

Однако стоит отметить, что предприятия помимо эффекта расширения рынка сбыта, и достижения максимального масштаба торговли сталкиваются с вопросами, которые связаны с преодолением переходных состояний предпринимательства в условиях торговли на внешнем рынке.

ООО «Феникс-Про» – производитель дизельных и бензиновых агрегатов со средней мощностью. Предприятие находится в городе Казань. За последние несколько лет ООО «Феникс-Про» прочно закрепилось на верхних ступенях рейтинга лучших российских производителей.

Внешнеэкономическая деятельность представлена в виде торговли дизельными и бензиновыми агрегатами, в том числе услугами по их обслуживанию и ремонту. Внешняя политика торговли состоит из прямого и косвенного экспорта. За отчётный период объём прямого экспорта на международном рынке составил 37% от всего объёма проданных электроагрегатов.

В 1989 году ООО «Феникс-Про» получило возможность для активного развития внешней торговли, предприятие смогло самостоятельно выстраивать линию взаимоотношений с зарубежными компаниями. После решения правительства о либерализации внешней торговли России у предприятия произошло резкое увеличение количества внешнеторговых партнеров (с 11 до 67).

В современных условиях либерализации экономики, финансового кризиса и политически неустойчивого положения количественные показатели экспорта ООО «Феникс-Про» изменились. В 2014 году внешнеторговые отношения поддерживались с 95 странами, а в 2018 году с 91 страной.

Предприятие владеет высоким уровнем инженерного и системного обеспечения, что обеспечивает постоянное и бесперебойное функционирование. Среднегодовая стоимость основных средств за последние три года изменилась с 210570 тыс. руб. на 200730 тыс. руб. Стоимость основных средств, которые были сданы в аренду за отчётный период возросла на 18%. Максимальный уд. вес в остаточной стоимости основных средств принадлежит стоимости зданий – это 71,32%.

Если говорить об оборотных средствах ООО «Феникс-Про», то их основную массу составляют запасы. Однако за последние три года наметилась тенденция по снижению количества запасов с 84,3% до 63,98%. Этот факт легко объяснить скачкообразным ростом краткосрочной дебиторской задолженности с 19,76% на конец 2017 года до 31,23% на конец 2019 года. Предприятие обладает отличной базой трудовых ресурсов – это высококлассные специалисты в сфере инженерных разработок, технических работ и управленческой сфере.

Анализируя финансовые показатели предприятия можно сделать вывод, что прибыль от продаж в 2019 году по сравнению с 2017 выросла на 846270 тыс. руб. в результате влияния факторов : положительно повлияло увеличение выручки от реализации на 24275072 тыс. руб., в результате возросла прибыль от продаж на 786026,83 тыс. руб.

Увеличение уровня валовой прибыли на 0,816% за этот период повлекло рост прибыли от продаж на 734133,66 тыс. руб. Отрицательно на сумму прибыли от продаж повлиял рост уровня коммерческих расходов на 0,749 %, в результате чего прибыль от реализации уменьшилась на 673855,53 тыс. руб.

В процессе своей деятельности ООО «Феникс-Про» идёт по пути простого расширения, проще говоря, разрабатывает и производит один и тот же товар для внешних и внутренних партнёров.

Таким образом, для совершенствования внешнеэкономической деятельности предприятия в условиях либерализации экономики необходимо повышение уровня конкурентоспособности товара и приближение его качества к мировым стандартам. Для того чтобы добиться таких результатов необходимо обратить внимание на ресурсы предприятия.

Основными направлениями повышения эффективности использования трудовых ресурсов предприятия должны быть повышение технической оснащённости, механизации и автоматизации труда и улучшение качественного состава кадров. Необходимо либо увеличить величину собственного оборотного капитала, либо снизить текущие финансовые потребности предприятия. Увеличить собственный оборотный капитал можно с помощью уменьшения оборотных активов за счет минимальных издержек на хранения готовых агрегатов.

В качестве путей повышения эффективности использования основных средств реконструкция зданий и сооружений, модернизация машин и оборудования, повышение качества их технической эксплуатации.

После полного совершенствования экономических ресурсов предприятия становится возможным выход на мировой рынок с конкурентоспособным товаром и использование приемлемой ценовой политики.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Ганеев, К.В.* Проблемы выхода отечественных предприятий на внешний рынок в условиях конкуренции. 2016. С. 97–100.
2. *Данильченко, А.В.* Интернационализация предпринимательства как экономическая категория // Актуальные проблемы экономики и права. 2015. С. 10–16.
3. *Инишкова, А.О.* Вопросы квалификации внешнеэкономической сделки и правовая специфика некоторых её видов. 2015. С. 37–45.

## **ESG-ИНВЕСТИРОВАНИЕ В УПРАВЛЕНИИ КОММЕРЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ**

**Корнеева А.И., студент**

**Научный руководитель Павлова Ю.В., доцент**

*Чебоксарский кооперативный институт (филиал) РУК*

Развивающаяся мировая концепция по интеграции ESG-факторов в бизнес-модель позволяет совместить задачи бизнеса по максимизации прибыли и снижению расходов с заботой об экологии (E), обществе (S) и корпоративном управлении (G). Интеграция факторов ESG предполагает внедрение в бизнес-процессы коммерческих организаций следующих факторов: экологических, социальных, корпоративного управления.

Это необходимо для управления рисками коммерческих организаций и возможностями, связанными с устойчивым развитием. Повестка ESG также является актуальной и для российских компаний. Это важно для повышения энергоэффективности деятельности коммерческих организаций, снижения образования отходов, создания более комфортных условий работы для сотрудников.

В свою очередь, экосистема ESG состоит из 5 элементов, в которую входят компании, инвесторы, биржи, банки и провайдеры ESG-рейтингов. В первую очередь, внедрение принципов ESG будет влиять на деятельность коммерческих организаций при привлечении инвестиций.

Таким образом, целью нашего исследования является обзор информации для оценки тенденций и рисков ESG-инвестирования. Для решения этой цели были поставлены задачи анализа причин, влияющих на возрастающую популярность социально ответственного инвестирования; анализа инструментов ESG-инвестирования.

При проведении исследования были использованы статистические методы анализа. Информационную основу исследования составили нормативные акты Российской Федерации и научные публикации, данные Росстата.

В целях развития инвестиционной деятельности и привлечения внебюджетных средств, в проекты в области зеленого финансирования и устойчивого развития, распоряжением Правительства РФ утверждены цели и основные направления устойчивого (в том числе зеленого) развития [2].

Важным документом для развития инвестиционной деятельности и привлечения внебюджетных средств в национальные инвестиционные проекты также является Постановление Правительства РФ об утверждении критериев проектов устойчивого (в том числе зеленого) развития Российской Федерации и требований к

системе верификации проектов устойчивого (в том числе зеленого) развития в Российской Федерации [1].

Основной проблемой при реализации инвестиционной деятельности коммерческих организаций, как отмечают авторы А.Ю. Лаптева, Ю.В. Павлова, является наличие источников финансирования [4].

Инвестиционные ресурсы коммерческой организации формируются за счет собственных и привлеченных источников. Собственные финансовые ресурсы организации появляются в ходе реализации основной деятельности. Привлеченные финансовые ресурсы формируются на базе перераспределения средств между хозяйствующими субъектами. Источниками привлеченных заемных финансовых ресурсов коммерческой организации являются кредиты коммерческих банков и небанковских организаций, займы, частные кредиты.

С помощью банковского кредита, как отмечают авторы Н.Р. Шарафутдинова, Ю.В. Павлова, государство имеет возможность воздействовать на многие процессы, происходящие в экономике, способствуя развитию ее реального сектора [10].

При выборе кредитных продуктов банк учитывает индивидуальные особенности каждого потенциального заемщика.

Рассмотрим структуру инвестиций в основной капитал по источникам финансирования в Российской Федерации за 2019–2021 гг. в таблице.

**Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования в Российской Федерации за 2019–2021 гг., в %**

Показатель	2019	2020	2021
Инвестиции в основной капитал, всего	100	100	100
в том числе:			
собственные средства	55,0	55,2	56,5
привлеченные средства	45,0	44,8	43,5
из них:			
кредиты банков	9,8	9,9	9,8
в том числе кредиты иностранных банков	2,0	1,8	1,9
заемные средства других организаций	4,8	4,9	4,6
инвестиции из-за рубежа	0,4	0,3	0,4
бюджетные средства	16,2	19,1	17,8
в том числе:			
средства федерального бюджета	7,6	8,7	7,7
средства бюджетов субъектов Российской Федерации	7,4	9,2	8,9
средства местных бюджетов	1,2	1,2	1,2



Показатель	2019	2020	2021
средства государственных внебюджетных фондов	0,2	0,2	0,2
средства организаций и населения на доле- вое строительство	4,3	3,3	2,1
в том числе средства населения	3,1	2,6	1,7
прочие	9,3	7,1	8,6

Источник: [7].

Как видно из приведенной таблицы, основным источником финансирования инвестиций коммерческих организаций являются собственные средства, которые в 2021 г. составили 56,5%, и привлеченные источники, которые в 2021 г. составили 43,5%. При этом, кредиты банков составили в 2021 г. 9,8% от общего объема источников финансирования инвестиций. Данная структура за анализируемый период сильно не меняется.

Таким образом, вопросы привлечения инвестиций для коммерческих организаций остаются актуальными.

Выполнение рекомендаций ESG дает коммерческим организациям доступ к новым возможностям для расширения своей финансово-хозяйственной деятельности. Компания может рассказать о стратегиях и программах ESG, а также о прогрессе в их реализации, с помощью отчетов по устойчивому развитию и интегрированных отчетов.

Кроме того, современные настроения в обществе относительно экологических и социальных последствий ведения бизнеса всё больше толкают компании адаптировать новые стандарты и рекомендации по ESG. Таким образом, публиковать информацию о ESG коммерческим организациям нужно для становления и поддержания репутации ответственного бизнеса, получения высоких ESG-рейтингов для доступа к целевому финансированию и для поддержания конструктивного диалога с регуляторами.

Инвесторы обращают внимание на факторы ESG при формировании инвестиционного портфеля, делая упор на их связь с финансовыми показателями. Инвесторы заинтересовались ESG факторами, и это положило начало трансформации концепции об устойчивом развитии.

Для того, чтобы фактор ESG считался существенным с точки зрения инвесторов, необходимо соблюсти следующие условия: фактор является неотъемлемой частью процесса принятия экономических решений и (не)включение фактора непосредственно влияет на финансовый результат и стоимость компании.

Кроме того, инвесторы определяют доминирующие направле-

ния в триаде факторов ESG. В настоящее время на передний план вышла климатическая повестка. Изменение климата (зачастую происходящее по вине компаний) неизбежно влияет на сами компании.

Это выражается в наличии разнообразных рисков и возможностей. Кроме самой компании риски и возможности важны для инвесторов – если у компании нет плана для устранения последствий рисков и использования возможностей, инвесторы не захотят вкладываться. Оценка рисков и стратегическое планирование должны осуществляться на самых верхних уровнях системы управления – в идеале, этим должен заниматься совет директоров.

Разработка зеленых и социальных проектов со стороны компаний требует привлечения огромных финансовых ресурсов на длительный срок. Одним из источников предоставления такого целевого финансирования является банковская система, при условии ее трансформации под современные требования ESG. Чтобы поддержать инициативы по внедрению ESG со стороны корпоративного сектора, банкам приходится видоизменить модель ведения собственного бизнеса. Результатом таких видоизменений может быть разработка внутреннего алгоритма выдачи зеленых кредитов или кредитов, привязанных к показателям устойчивого развития.

Механизм работы этого продукта достаточно прост - изменение процентной ставки или другого финансового/структурного параметра в зависимости от показателей ESG. В договор о предоставлении кредитной линии между банком и заемщиком включается, например, условие, согласно которому процентная ставка по кредиту может быть повышена или понижена в результате изменения рейтинга или другого показателя устойчивого развития компании-заёмщика. В большинстве случаев процентная ставка привязывается к рейтингам независимых агентств или верификаторов, которые проводят комплексную оценку мероприятий компании в сфере устойчивого развития.

Учитывая значимость внедрения принципов ESG в систему корпоративного управления, в научном сообществе активно обсуждаются вопросы их влияния на инвестирование. В целом все авторы отмечают неизбежность ESG трансформации. Так, авторы В. В. Сухачева, О. М. Бичурин отмечают, что при вложении средств в бизнес необходимо обращать внимание на корректность результатов оценки компаний [6]. При этом, существующие рейтинги не учитывают, что компании частично уже соответствует ESG-факторам.

Результаты проведенного анализа следующими авторами Е. А. Фоминой, Э. Т. Хайбрахмановым дают понимание того факта, что следование ESG-концепции, наряду с показателями финансового

анализа, дает компаниям России неоспоримые преимущества при привлечении инвестиций [8].

Перспективы и сдерживающие факторы устойчивого финансирования проектной деятельности в системе мер по управлению экологической ответственностью предприятия рассматривает А.А. Крюкова [3].

Д.Г. Чистякова рассматривает критерии, принципы и преимущества данной ESG-деятельности для компаний [9]. В.С. Левин рассматривает сущность, тенденции и противоречия в раскрытии публичной нефинансовой информации для целей оценки ESG-рисков [5].

Таким образом, зная о вышеописанных механизмах, современные компании должны грамотно интегрировать факторы ESG в свои бизнес-процессы, чтобы иметь возможность привлечь инвесторов. Учитывая набирающий силу тренд на дальнейшее развитие «зеленой» экономики, возрастающий интерес во всем мире к ESG-тематике, следует продолжить исследования в данном направлении в будущем, коммерческим организациям применять их на практике хозяйственной деятельности.

Результаты проведенного исследования показывают важность и своевременность подобного рода работ, а также необходимость унификации публичной нефинансовой информации для оценки экологических, социальных и корпоративных рисков в целях формирования эффективной системы управления ESG-рисками при привлечении инвестиций.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Об утверждении критериев проектов устойчивого (в том числе зеленого) развития в Российской Федерации и требований к системе верификации проектов устойчивого (в том числе зеленого) развития в Российской Федерации : Постановление Правительства РФ от 21 сент. 2021 г. № 1587. URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 29.03.2022).

2. Об утверждении целей и основных направлений устойчивого (в том числе зеленого) развития Российской Федерации : распоряжение Правительства РФ от 14 июля 2021 г. № 1912-р. URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 29.03.2022).

3. Крюкова, А.А. ESG-финансирование в системе экономических инструментов управления экологической ответственностью предприятия // Горизонты экономики. 2022. № 1(67). С. 116–121.

4. Лантева, А.Ю. Особенности финансирования инвестиционной деятельности предприятий различных отраслей и организационно-правовых форм / А.Ю. Лантева, Ю.В. Павлова // Современная наука: прогнозы, факты, тенденции. Сборник материалов Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 29 января 2021 года. Чебоксары: Чебоксарский кооперативный институт (филиал) автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации», 2021. С. 379–382.

5. Левин, В. С. Раскрытие нефинансовой информации для оценки ESG-рисков: сущность, тенденции, противоречия / В. С. Левин // Трансформация системы

учетно-аналитического, финансового и контрольного обеспечения в условиях цифровизации экономики: Материалы национальной (всероссийской) научно-практической и методической конференции, Воронеж, 01 февраля 2022 года. Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет им. Императора Петра I, 2022. С. 60–65.

6. *Сухачева, В.В.* Учет тенденций и рисков ESG-инвестирования при управлении портфелем финансовых активов / В. В. Сухачева, О. М. Бичурин // Экономика и управление. 2022. Т. 28. № 1. С. 86–91.

7. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 29.03.2022).

8. *Фомина, Е.А.* Влияние ESG-инвестирования на привлекательность компаний нефтегазовой сферы / Е. А. Фомина, Э. Т. Хайбрахманов // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2022. – № 1(163). – С. 65-68. – DOI 10.34773/EU.2022.1.12.

9. *Чистякова, Д.Г.* Принципы ESG-деятельности // Современная экономика: актуальные вопросы теории и практики : сборник статей II Международной научно-практической конференции, Пенза, 25 февраля 2022 года. Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2022. С. 97–99.

10. *Шарафутдинова, Н.Р.* Современные формы и методы кредитования коммерческими банками организаций реального сектора экономики / Н.Р. Шарафутдинова, Ю.В. Павлова // Россия - 2035: наука и практика в фокусе инновационного развития : Сборник материалов Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 30 января 2020 года. – Чебоксары: Чебоксарский кооперативный институт (филиал) автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации», 2020. С. 710–713.

## **ОСНОВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ БРЕНДА КАМЧАТСКОГО КРАЯ**

**Куриной Д.О., студент**

**Гербер Э.А., студент**

**Научный руководитель Рогалева Н.Л., доцент**

*Камчатский филиал АНОО ВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»*

Камчатка обладает огромным потенциалом для создания на этой территории бренда, но, несмотря на это, до сих пор этот регион остается неизвестным на мировом рынке. Связано это с тем, что создание международного фирменного бренда осложнено множеством факторов. Дальнейшее развитие въездного туризма на Камчатке невозможно без активного продвижения всего национального российского турпродукта на международном рынке, формирования за рубежом образа России как страны, благоприятной для туризма. На мировом рынке почти отсутствует реклама о неповторимости большинства регионов России, в том числе и Камчатки, и

продуманные туристские предложения (каталоги) по темам, маршрутам, размещению и т.д., дифференцированные по уровню доходов и различным социальным группам населения [1].

В целях формирования эффективного конкурентоспособного бренда Камчатского края и создания регионального туристского продукта и продвижения туристского продукта на всероссийском и международном рынках Камчатский край принял участие в 12 крупнейших международных выставочных и презентационных мероприятиях.

Стал победителем в Фестивале-конкурсе туристических видео презентаций «ДИВО РОССИИ» в номинации «Природные объекты и места», Национальная премия в области событийного туризма «RussianEventAwards», всероссийских конкурсах: «Маршрут года», «Туристский сувенир», кинопремия «Гэфи-регион».

Проекты, которые стали лауреатами премии «RussianEventAwards», включены в Национальный событийный календарь. Кроме того, в будущем премия войдет в программу мероприятий международного форума «VisitRussia» [2] [3].

В настоящее время мероприятиями по продвижению Камчатского края занимается в основном Туристский выставочно-информационный Центр. Учредителем Центра является Камчатский край. Функции и полномочия учредителя Центра осуществляет Агентство по туризму и внешним связям Камчатского края. Собственником имущества Центра является Камчатский край.

Предметом деятельности Центра является участие в организации и проведении мероприятий по развитию туризма, туристское обслуживание жителей и гостей Камчатского края, рекреационная деятельность, участие в создании условий для развития материально-технической базы туризма в Камчатском крае, участие в осуществлении комплексного анализа и прогнозирования тенденций развития туризма.

Целью деятельности Центра является:

Развитие туристской привлекательности Камчатского края, популяризация камчатского туристского продукта в средствах массовой информации и продвижение региона на российском и международном туристских рынках.

Консолидация рекламно-информационной работы различных участников туристского рынка в целях оказания информационно-справочных, туристских и деловых услуг приезжающим туристам, а также ведение рекламной и маркетинговой деятельности.

Организация работы с организациями индустрии гостеприимства.

Оказание содействия в развитии малого и среднего бизнеса в сфере туризма.

Реализация региональных программ и проектов, направленных на развитие туризма, укрепление материально-технической базы туризма в Камчатском крае, развитие инфраструктуры туризма.

Таким образом, формирование бренда Камчатского края, как такового не рассматривается. В основном вся деятельность направлена на улучшение туристского потенциала и обслуживание туристов. Создано несколько мероприятий, отражающих культуру народов севера, спортивные мероприятия, мероприятия, направленные на развитие культурных особенностей граждан. Но, к сожалению, эти мероприятия малоизвестны, не только иностранным туристам, но даже местным жителям.

Для исследования основных мероприятий, направленных на развитие бренда Камчатского края, выявления проблемы становления имиджа и популярности территории был проведен анализ мероприятий, которые существуют на сегодняшний день, которые показали, что мероприятия по развитию бренда Камчатского края в основном проводятся на региональном уровне. В международных и всероссийских мероприятиях участие Камчатского края встречается довольно редко.

Таким образом, Камчатка, обладая всеми ресурсами для создания бренда, не рекламируется на международном рынке, из чего следует низкая информированность иностранцев об этом удивительном крае. Более того, для создания бренда нужно выделить на этой территории что-то особенное, что будет отличать регион от других и формировать конкурентно способный имидж края.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Зевеке, О.Ю.* Управление брендом в составе маркетинговых мероприятий индустрии туризма // Материалы Афанасьевских чтений. 2013. № 11. С. 99–109.
2. *Панова, Д.Н.* Значение рекламно-информационной деятельности в развитии регионального туризма // Вестник Национальной академии туризма. 2008. № 1(5). С. 70–71.
3. Факторы устойчивого развития регионов России / Л.Х. Абазова, А.А. Авдеева, Е.В. Бобровская [и др.]. Новосибирск: Общество с ограниченной ответственностью «Центр развития научного сотрудничества», 2014. 339 с.

## **ОСОБЕННОСТИ РЫНКА УСЛУГ ПО ВРЕМЕННОЙ ПЕРЕДЕРЖКЕ ДОМАШНИХ ЖИВОТНЫХ КАМЧАТСКОГО КРАЯ**

**Ларин Д.М., студент**

**Коробова В.П., студент**

**Научный руководитель Роголева Н.Л., доцент**

*Камчатский филиал АНОО ВО ЦС РФ «Российский университет  
кооперации»*

В настоящее время на территории Камчатского края предоставление услуг по временному содержанию домашних животных практически не представлены на рынке, конкуренция отсутствует. Поэтому создание среднего и малого бизнеса и занятие свободной ниши на рынке этих услуг сулит их владельцам солидный доход и стабильность.

Климатические особенности нашего региона таковы, что жители предпочитают проводить свой отпуск за пределами Камчатского края, в теплых краях не только в летний сезон, но и в кратковременные праздничные каникулы (новогодние и майские праздники). И тут остро встает вопрос: с кем и где оставить домашнего любимца. Гостиница для животных – лучший выход из этой ситуации.

В странах запада гостиницы для домашних животных появились в 60 годах прошлого столетия.. Например, по всей Англии открыты сотни гостиниц для животных, а в США их десятки тысяч. В России отели для домашних животных появились всего около 20 лет назад, примерно в середине 1990-х годов. Тогда такие заведения открывались при дачах или на заброшенных конюшнях. В то время подобные услуги называли «передержками». Такая мера была вынужденной, ведь подготовка к путешествию с домашним питомцем это весьма проблематичное занятие, да и сама поездка может вызвать стресс у животного.

Гостиницы для домашних животных в России сконцентрированы преимущественно в Москве и Санкт-Петербурге, а также других крупных городах. Большая часть из них открывается при ветеринарных клиниках или кинологовических центрах, которые могут дополнительно заработать на «передержке» животных.

В отели для животных попадает достаточно разнообразная живность: кошки, собаки, морские свинки и другие представители фауны. Некоторые гостиницы даже готовы принять аквариумных рыбок, для которых даже есть номера люкс на 300–1 200 литров. Рыбкам будут менять воду раз в два дня, обеспечивать необходимый световой режим и кормить настоящими деликатесами: сухие

корма, мороженный мотыль, мороженный циклоп, дождевые червячки, креветки, спирулина, фарш из морепродуктов. Также в меню есть салат, кабачки, огурчики, листья одуванчиков. За день пребывания рыбки в такой гостинице придется отдать 300–500 рублей. При этом минимальный срок пребывания составляет 7 дней.

Следует отметить, что в России деятельность по передержке собак, кошек и других животных регулируется главой 47 Гражданского кодекса РФ, если передержка платная, то и главой 39 ГК, если в качестве исполнителя выступает организация или частный предприниматель, то и Законом о защите прав потребителя.

Обязательное лицензирование было введено в 1997 году, но позднее его отменили, признав неэффективным. В настоящее время отсутствуют четкие правила и стандарты по организации отелей для животных, достаточно придерживаться требований экологического, ветеринарного и санитарно-эпидемиологического надзора.

Различные ГОСТы, которые регламентировали бы подобный гостиничный сервис, разрабатываются, но пока еще нет единого стандарта. Конечно, это приводит к тому, что немало гостиниц для домашних животных нелегально работают и правила по уходу за животными в них не соблюдаются, что приводит иногда даже к гибели пушистых и совсем не пушистых постояльцев.

Для того чтобы создать гостиницу для животных понадобится небольшая сумма инвестиций в размере всего около 1 000 000 рублей. Затем лучше всего подобрать тихий спальный район, где можно арендовать помещение или частный дом всего за 40 000 — 50 000 рублей в месяц. Причем первоначально для гостиницы хватит 50 квадратных метров, на которых поместятся номера и комната для выгула животных.

Определенных стандартов, регулирующих содержание животных нет, но необходимо понимать, что собачий вольер средней площадью 6–7 кв.м., можно оббить деревом или покрыть стены штукатуркой, второе будет практичнее.

Отдельные гостиницы имеют собачьи кровати (детская раскладушка с матрасом). Хотя чаще встречается обычная подстилка, иногда со специальным наполнителем против блох. Для крупных животных (кавказская овчарка, ньюфаундленд) могут потребоваться открытые вольеры: в них собакам, привыкшим к жизни на свежем воздухе, будет уютнее.

В то же время под гостиницу необходимо иметь капитальное, желательно кирпичное здание — в зимний период тепло должно быть не только животным, но и обслуживающему персоналу. Уважающей себя гостинице потребуются также веткабинет и кухня.

Штат отеля, помимо управляющего, может состоять из двух —



трех помощника (зарплата от 30 000 руб.), ветеринарного врача (от 40 000 руб.), администратора на ресепшн (от 30 000 руб.), приходящих завхоза и бухгалтера (от 25 000 руб. на человека).

Функции ветеринара гостиницы – обследовать постояльца и заносить в персональную карточку историю его болезней. При необходимости врач решает неотложные проблемы со здоровьем питомцев. В обязанности помощников входит уборка в номерах и их дезинфекция, а также кормление постояльцев, не реже чем два раза в день.

Отели конкурируют по числу дополнительных услуг, к которым относятся доставка животных (зоотакси), стрижка, гигиенические процедуры, фотосессия, спортивные тренировки.

Развитие цифровых технологий дает возможность хозяевам наблюдать за питомцем из любой точки планеты при помощи онлайн-трансляции. Предоставляются также услуги ухода за «пожилыми» животными.

По мнению большинства аналитиков рынка коммерческой недвижимости, гостиницы для животных – убыточное дело. Так, согласно некоторым подсчетам, он рентабелен в том случае, если суточная стоимость номера составляет от 500 рублей, а среднегодовая заполняемость номеров составляет 90 процентов. В зоогостиницах Москвы и Подмоскovie суточное пребывание питомца обходится в 300 – 1 500 рублей.

Собаки и кошки являются наиболее частыми постояльцами гостиниц для животных. Спрос рождает предложение, поэтому гостиницы чаще всего и специализируются на кошках и собаках. А статистически данная ситуация объясняется довольно просто: кошки живут в 37% российских семей, собаки — в 15%, а хомяки, крысы и морские свинки — всего в 3%

Формирование спроса на отели для животных состоит из двух частей: моральной и материальной. Моральная сторона исходит из желания хозяев на время своего отсутствия отдать питомцев в «хорошие руки» и нежелания обременять своих знакомых уходом за животными. Материальная сторона заключается в возможностях хозяев оплачивать пребывание животных в гостиницах. Итак, получаем целевую аудиторию гостиницы для животных ее клиент:

1. Владелец животного или животных, проживающий один, часто бывает в разъездах по работе или отдыху.
2. Семьи, которые имеют животных и путешествуют всей семьей.
3. Владельцы животных, не имеющие возможности осуществлять уход за питомцем, в связи с недостатком времени или физических возможностей.

Передержка для животных должна стать, скорее санаторием, но

ни в коем случае, ни концлагерем! Животные не умеют врать, поджатый хвост и шараханье от любого взмаха, расскажут об избиении собаки, ее голодные глаза и накидывание на еду – о том, что ее не кормили, забитость, о том, что ее угнетали другие собаки, внешний вид – о неправильном содержании.

Очень важно, чтобы азарт наживы не пересилил человеческое отношение к животному! Если не хватает сил и терпения, любви к четвероногим, лучше за это дело не браться. Замечательных передержек не слишком много, их знают все любители животных, к ним запись на месяцы вперед, их данные передают своим знакомым, их умоляют принять животных за любую цену. Владельцы таких передержек прекрасно сумели совместить и свои душевные качества, и свои физические возможности, и денежную прибыль.

Передержки безответственные, неграмотные, наплевательские – тоже знают все они занесены в черные списки всех заказчиков, на них запрещают собирать деньги, о них предупреждают всех новичков. Это крах.

У такого бизнеса есть много критических точек, много факторов риска, но один плюс перечеркивает их все. Это возможность заниматься любимым делом, уходить в него с головой, да еще и получать за это деньги.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Джанджугазова, Е. А., Формирование и развитие новых видов бизнеса: огостиницы и другие средства временного размещения домашних животных, Журнал «Российские регионы: взгляд в будущее» [Электронный ресурс]. Электрон. дан. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>.

2. Интернет-журнал «Понедельник» [Электронный ресурс]. Электрон. дан. Режим доступа: <https://ponedelnikmag.com/post/koshkin-dom-analiz-rynka-gostinic-dlya-zhivotnyh> (дата обращения: 17.03.2022).

3. Журнал «Корпоративный менеджмент» [Электронный ресурс]. Электрон. дан. Режим доступа: <https://www.cfin.ru> (дата обращения: 17.03.2022).

#### ЗАИМСТВОВАНИЯ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

**Меркулова М.В., студент**

**Сёмина А.А., студент**

**Научный руководитель Еремкина Н.В., доцент**  
*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

Ни один язык в современном мире не обходится без заимствований. Процесс заимствования и последующего функционирования нового слова в русском языке обуславливается рядом факто-

ров, к которым относят экономические, политические, культурные связи с языками других народов мира.

Если говорить о заимствовании, то основным понятием данного процесса является иноязычное слово. В лингвистике принято определять заимствованное слово как «элемент чужого языка (слово, морфема, синтаксическая конструкция и т. п.), перенесённый из одного языка в другой в результате контактов языковых, а также сам процесс перехода элементов одного языка в другой» [6, с. 158].

Безусловно, главная функция иноязычного слова – обозначение в языке новых понятий и явлений, не существовавших ранее. Но в современном мире иноязычные слова выполняют и другую функцию – следование модным тенденциям. Заимствование новых слов происходит под влиянием иностранной культуры вследствие моды на то или иное понятие или явление.

Все заимствованные слова в русском языке можно разделить на три группы. К первой группе принято относить те слова, которые были заимствованы давно, и не осознаются носителем языка как иноязычные. Например, слово чай заимствовано непосредственно из китайского языка во второй половине 17 века.

Ко второй группе – заимствованные слова, являющиеся единственным обозначением понятий или явлений, сохранившие признаки другого языка. Примером является слово абажур, заимствованное из французского, сохранившее начальную букву «а».

К третьей группе – иноязычные слова, ограниченные речевой ситуацией, вследствие чего не получившие широкого распространения. Примером данной группы служит слово консенсус, заимствованное в 15 веке из латинского языка.

Некоторые заимствования, употребляясь в переносном значении, утрачивают свою связь с национальной спецификой чужой страны и чаще всего служат средством эмоционально-оценочной, а также образной характеристики явлений.

Так слово каста, которое в прямом значении является экзотизмом, связанным с жизнью Индии и некоторых других стран Востока, стало употребляться у нас как отрицательно-оценочная метафора для обозначения замкнутой общественной сословной, профессиональной группировки, отстаивающей свою обособленность и свои привилегии.

Процесс обогащения словарного состава русского языка за счёт заимствований происходит и по настоящее время. Необходимо отметить, что в современном мире заимствования занимают 15% от общего состава лексики русского языка.

На протяжении многих веков, начиная с древности, новые слова в русский язык проникают из латинского. Наибольшее количе-

ство латинизмов пришло в русский язык в 18–19 веках, что обуславливается развитием культуры России.

Стоит отметить то, что латинизмы в русском языке проникли во все сферы жизни, но в большинстве своём латинизмы функционируют в научной литературе. Так, например, слово реакция происходит от латинского «reactio» – re – против + actio, onis f – действие, эксперимент от «experimentum» – проба, опыт, минус от «minus» – менее, плюс от «plus» – больше.

Таким образом, мы видим, что латинизмы укрепились в русском языке и продолжают использоваться наряду с исконно-русскими словами.

Наряду с латинизмами в русском языке можно встретить множество англицизмов. Проникновение англицизмов в русский язык можно наблюдать уже в 18 веке, но их приток в лексику русского языка оставался незначительным вплоть до конца 20 столетия. В конце 20 века происходят серьезные изменения в различных сферах общественной жизни, вследствие чего процесс заимствований весьма активно усиливается.

На данном этапе английский язык – язык международного общения, поэтому обилие англицизмов в русском языке не является чем-то противоестественным.

Исследователи отмечают, что источниками появления англицизмов в языке являются реклама, интернет, кинематограф, музыка. Реклама наиболее богата на заимствованные слова. Объясняется это тем, что создатели рекламы часто прибегают к использованию англицизмов в своих роликах для привлечения внимания, вследствие чего они и проникают в речь носителей языка. А ведь действительно, человек обратит внимание на неизвестное ему ранее слово и заинтересуется им.

Интересным представляется тот факт, что некоторые заимствования не сохраняют исходного облика, а сливаются с другим, тем самым образуя новую лексему.

Например, слово копипастить, которое означает копировать информацию, в основном компьютерную, без изменения, зачастую выдавая ее за свою, образовалось путем соединения слов сору (копировать) и paste (вставлять), апгрейд – upgrade (обновление аппаратной части компьютерных систем), баннер – banner (флаг), блог – blog (дневник в Интернете), блогер – blogger (человек, ведущий блог).

Многие лексические единицы, заимствованные из английского языка, появляются в речи молодого поколения, обогащая так называемый «сленг». Подобные лексемы обладают ярко выраженной экспрессией и, в большинстве своём, подстраиваются под словообразовательную модель русского языка. Можно сказать, что

тенденцию на употребление подобных слов диктует мода. К подобным заимствованиям можно отнести слова фейк, лайк, хайп, челлендж, мессендж, кринж, краш. Употребление в речи подобных слов, обычно, является процессом краткосрочным.

Дискуссионным среди лингвистов остаётся вопрос: заимствование – это хорошо или плохо? С одной стороны, процесс заимствования иноязычных слов подразумевает под собой обогащение языка. С другой – обеднение собственно русских лексических единиц, что, безусловно, вредит языку.

По нашему мнению, в системе языка всё должно быть целесообразно и в меру, как и в любой другой. Поэтому заимствования должны быть в языке, но в небольшом количестве.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Володарская, Э.Ф.* Заимствование как отражение русско-английских контактов // Вопросы языкознания. 2002. № 4. С. 96–118.

2. *Зубенко, И.В.* Латинский язык в лексике высшей школы / И.В. Зубенко, И.Е. Маснева, Н.Н. Скокова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. № 12, часть I. С. 133–136.

3. *Крысин, Л.П.* Русское слово, своё и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике. М.: Языки славянской культуры, 2004. 888 с.

4. *Ожегов, С.И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка: 800 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. 4-е изд., дополненное. М.: Азбуковник, 1999. 940 с.

5. *Ярцева, В.Н.* Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Большая Российская энциклопедия, 2002. 709 с.

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ

**Нигматзянова Р.Р., студент**

Научный руководитель **Шамсутдинова М.Р., доцент**  
*Казанский кооперативный институт (филиал) РУК*

Важным для понимания сущности корпоративного имиджа представляется вопрос о его структуре, тем более что в ряде исследований совершенствование имиджа рассматривается как проблема создания его оптимальной структуры.

Предложенные рядом авторов модели корпоративного имиджа отражают скорее не структуру данного явления, а его содержание, т. е. упорядоченную совокупность элементов и процессов, составляющих объект восприятия; в качестве объекта выступает организация, ее имидж [2, 1, 5, 8].

Неотъемлемым атрибутом любой системы является структура.

М.В. Томилова предлагает структуру имиджа организации, представленную в виде иерархического строения [3]. Необходимость переосмысления данной структуры дала возможность, дополнив показателями и методами исследования имидж организации, получить более уточненный вариант имиджеобразующих факторов.

Относительная важность стимулов определяется посредством ранжирования методом парных сравнений. Надежность парных сравнений существенно повышается, если предлагается оценить наибольшую важность одного из двух стимулов не дихотомически (либо-либо), а в пяти-девятибалльной шкале. Такой способ применили Т. Саати в методе анализа иерархий и В.А. Лосенков при разработке методики изучения социальных установок [2, 3].

Рассмотрим детально различные элементы структуры имиджа, определяющие восприятие организации индивидом.

Отметим, что предлагаемая модель основана на принципе интеграции информации, выдвинутом Н. Андерсеном для описания процесса формирования впечатлений [4].

Анализ результатов работы систематизируется, оценивается, выявляются недостатки и проводятся корректировки стратегии маркетинга, имиджа. Ограничения и специфические черты модели, которую мы предлагаем, заключаются в том, что при исследовании имиджа организации необходимо учитывать тип имиджа, его компоненты, специфику рынка услуг и методические подходы исследования имиджа организации. К объективным трудностям исследования имиджа организации, прежде всего, следует отнести ограниченность времени исследования за компонентами в силу их изменчивости.

Исследование имиджа организации, который позволит выявить слабые и сильные стороны, оценить результаты имиджевой кампании и выработки эффективной стратегии совершенствования предлагаем проводить в традиционной последовательности исследования внутренней среды организации.

В мировой практике применяются запатентованные методики оценки стоимости имиджа, к сожалению, единой системы исследования имиджа организации пока не существует.

Основной причиной является сложная природа нематериальных активов и различное толкование сущности имиджа, а так же существенные ограничения использования тех или иных моделей. Многие руководители склонны полагаться на собственные суждения оценивая состояние имиджа, управляемой ими организации. Имидж не всегда исследуют по подходящей методике или по выборочным категориям и характеристикам. Учитывая эффект, который оказывает имидж на конкурентоспособность фирмы и реализацию ее услуг, требуется разработка адекватной методики исследова-

дования имиджа организации, которая может использоваться на регулярной основе.

Исследование имиджа организации процесс сложный и разноплановый. Общепринятого метода для его проведения пока не существует. Методы, основанные на качественном подходе (использование социологических опросов, управленческий самоанализ, углубленное интервьюирование основных представителей контактных аудиторий, фокус-группы по отдельным контактным аудиториям, а также экспертный метод (рейтинговый и рекомендательный), во многом не предполагают точной характеристики имиджа.

Исследование проводится методами сбора количественных оценок и качественных данных и носит следующую направленность:

1. Сформированность имиджа (организационная культура).
2. Оценка отдельных компонентов имиджа, т. е. исследование внутреннего имиджа, социального имиджа, бизнес-имиджа, имиджа руководителя, имиджа персонала.
3. Идентификация организации (корпоративный стиль, корпоративная культура, средства коммуникации). В целях диагностики состояния организации проводят типологический анализ организационной культуры.

Еще одним методом исследования имиджа, является ранжирование. Его содержание имеет множество модификаций. Респондентам раздают списки характеристик объекта и просят выбрать те из них, которые наиболее ему соответствуют; или просят проранжировать характеристики по какому-либо признаку (по степени важности). Ранжирование относят к проективным методикам, хотя по всем своим характеристикам это разновидность количественного метода, только используется на малых группах [6].

Среди методов назван так же информационный аудит, который является стратегическим инструментом для разработки и реализации имиджевого и конкурентного позиционирования организации сферы услуг.

Количественные методы могут применяться для оценки значимости качественных характеристик, в исследовании имиджа - это интервью и анкетирование. Характеристики объекта исследования (эмоционально-символический ряд) могут быть, как получены в ходе предварительно проведенных качественных исследований, так и уже составлены ранее и предоставлены исследователю для проверки адекватности или выявления динамики восприятия.

Еще один метод, помогающий оценить имидж компании, - анализ вторичной информации, или анализ публикаций в СМИ (контент-анализ, методика семантического частотного анализа, разра-

ботанная на базе психолингвистического метода ключевых слов). Проводятся исследования, позволяющие раскрыть скрытый подтекст выступлений, недоступный при других формах анализа). Анализ публикаций помогает решить следующие задачи:

определить символическое и эмоциональное поля, формируемые вокруг компании, услуги;

отследить направленность фона информационных сообщений и его динамику (вывод на рынок новой услуги);

отследить приёмы и эмоциональные послылы, используемые компаниями для формирования своего имиджа, стимулирования своих клиентов или конкурентов [7].

Таким образом, система исследования и анализа имиджа способствует оперативной идентификации проблем организации в области имиджа, стимулирует поиск идей по совершенствованию стратегии и тактики маркетинга.

Управление имиджем направлено на материализацию предлагаемых услуг, опираясь на чувства, которые они могут вызывать у потребителя, апеллируя не только к сознанию, но и к эмоциям, воздействуя на подсознание. Поэтому исследование имиджа на основе обобщенных и частных критериев, используя огромный арсенал методов маркетингового исследования представляется нам системой индикаторов имиджа для разработки маркетинговой стратегии формирования имиджа организации.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Багиев, Г.Л. Экономика маркетинга. М.: Экономика, 2014. 239 с.
2. Головлева, Е.Л. Торговая марка: теория и практика управления. М.: Социум, 2015. 159 с.
3. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: Теория, методология и практика. М.: Финпресс, 2018. 416 с.
4. Горчакова, В.Г. Прикладная имиджелогия. М. Феникс, 2016. 164 с.
5. Осканян, Э.А. Современные подходы к формированию имиджа предприятия / Э.А. Осканян, Д.Ю. Столяров // Научная гипотеза. 2018. № 14. С. 119–122.
6. Осканян, Э.А. Имидж предприятия и подходы к его формированию (ч. 2) // Научная гипотеза. 2018. № 13. С. 37–40.
7. Тарасевич, К.А. История эволюции понятия «деловая репутация» // Ленинградский юридический журнал. 2019. № 1 (55). С. 95–102.
8. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти. СПб.: Питер, 2018. 733 с.



## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ**

**Нигматзянова Р.Р., студент**

**Научный руководитель Шамсутдинова М.Р., доцент**  
*Казанский кооперативный институт (филиал) РУК*

На сегодняшний день в общественном сознании все более закрепляется представление об имидже как об определенной ценности, от которой зависит успешность деятельности любой организации. Это понятие активно используется в средствах массовой информации, в системе маркетинга, рекламы и связей с общественностью.

Имидж относят к таким социальным реальностям, как человек, группа людей или организация (например, имидж артиста, членов правительства, страны), и результатам их деятельности (взглядам, теориям и так далее). Понятие имиджа имеет ряд близких по значению слов: мнение, рейтинг, репутация, образ, отношение, известность, слава, популярность, престиж, авторитет.

Выявление современных средств формирования имиджа организации, а также изучение роли социального предпринимательства в создании имиджа.

Проблема имиджа в западных странах (главным образом в США) становится актуальной с 1950-х годов. В 60-х годах XX столетия в Америке и Европе отмечен рост числа исторических, социологических, философских и психологических исследований имиджа [1].

Во многих работах зарубежных специалистов находит свое отражение тема имиджа. Впервые термин «имидж» употребили английские исследователи В. Гарденер и С. Леви в статье «Продукт и Бренд» (1955 г.). Они определили его как «совокупность представлений, знаний и предвосхищений человека об объекте из его окружения» [2]. Другой исследователь, американец Э. Бернейз использовал данное понятие для обозначения процесса создания фирменной репутации, при этом главной целью имиджа были идентификация субъекта и привлечение к нему внимания.

Приемы и методы эффективного управления имиджем описали Т. Питерс и Р. Уотермен в книге «В поисках эффективного управления» [3].

Теоретические взгляды на сущность имиджа можно встретить в трудах Д. Грюнинга, П. Друкера, Ф. Котлера, Т. Коно и других зарубежных ученых.

В отечественной науке до конца 80-х годов близкие по направленности исследования проводились в рамках психологии пропа-

ганды, массовых коммуникаций, социального познания. Например, Н.А. Косолапов предлагает следующее определение имиджа: «это искусственно созданный в глазах широкой публики образ, не имеющий ничего общего с истинной натурой» [4].

С точки зрения Р.Р. Горчаковой: «имидж - это образ, который формирует и развивает организация, он должен соответствовать ценностям, нормам и требованиям, предъявляемым к организациям» [5].

В целом отечественная научная мысль имеет значительную базу для плодотворного исследования не новой, но ставшей актуальной проблематики имиджа.

Отсутствием единой трактовки сущности имиджа обусловлена необходимость выявить наиболее распространенные аспекты употребления этого понятия. Имидж (image) – английский термин, произошедший от латинского imago- изображение, подобие. В современном английском языке слово imageимеет множество значений и оттенков.

Среди них следует выделить не только традиционно отмечаемые – «образ», «изображение», но и такие значения, как «олицетворение», «представление» (о чем-либо), «репутация», «престиж». Современные специалисты трактуют имидж и как общее впечатление, «публикуемое» личностью, организацией, товаром и так далее.

В российских источниках под имиджем понимается «целенаправленно формируемый образ какого-либо лица, предмета, явления, призванный оказать на кого-либо эмоциональное и психологическое воздействие с целью рекламы, популяризации и тому подобное» [6].

Важно отметить и такое словосочетание, используемое в англоязычной литературе, как «imagebuilding» – в смысле «создание репутации», «лица» фирмы. Эти значения больше соответствуют пониманию имиджа, которое сложилось в современной науке.

Применительно к фирме, имидж фирмы – лицо организации - специально созданный образ компании на рынке товаров и услуг. Имидж фирмы отражает ее коммерческую политику: ориентацию работы на определенные запросы определенного класса потребителей. Привлекательный имидж компании позволяет ей занять лидирующее место в мире бизнеса.

Создание имиджа – результат работы профессионалов в области маркетинга, дизайна, психологии, лингвистики и рекламы, PR-специалистов. Тщательно продуманный имидж компании формирует положительный образ у потребителей, который становится узнаваемым, привлекательным, наделенным особым характером.

Его основные графические средства индивидуализации дают

возможность позиционировать компанию на рынке, найти своего потребителя или клиента [7].

Имидж организации в целом складывается из отдельных его видов. При создании общего положительного имиджа очень важно проводить мероприятия, нацеленные на их формирование и изучение. Существуют различные классификации видов имиджа. Например, с точки зрения целенаправленности бывает имидж естественный, складывающийся стихийно, и искусственный, созданный с помощью специальных приемов и методов.

В зависимости от степени рациональности восприятия выделяют эмоциональный, который призван вызывать сильные эмоции, и когнитивный, нацеленный на узких специалистов, выдающий сухую информацию.

Однако на сегодняшний день всё большее распространение приобретает социальное предпринимательство как способ создания положительного имиджа организации.

Социальная политика организации – это совокупность мероприятий и мер, направленных на оказание дополнительных социальных услуг для общества, предоставление различного вида льгот, гарантий и так далее.

Перед социальным предпринимательством ставятся серьезные и масштабные цели, в соответствии с которыми должна строиться стратегия развития социальных предприятий, оцениваться эффективность этого развития.

К основным целям социального предпринимательства можно отнести:

- повышение уровня и качества жизни населения;
- достижение социальной миссии и социальных изменений;
- инновационное развитие и инновационный рост социальной сферы;
- обеспечение помощи сообществу и нуждающимся;
- формирование и устойчивое поступательное развитие экономического сектора страны.

Для достижения этих целей необходимо обозначить и обеспечить приоритетные направления инновационного развития социального предпринимательства, разработать комплексную модель социально-экономической деятельности данного феномена как одного из основных элементов инновационного производственного механизма.

Социальное предпринимательство направлено на решение социальных проблем силами бизнеса, создание социального блага через частично прибыльную или прибыльную деятельность.

В задачи социального предпринимательства входит создание социально ориентированной экономики, способной обеспечить

благотворное и мощное влияние на все слои общества, повышая качество жизни и улучшая состояние окружающей среды; сокращение уровня безработицы.

Социальное предпринимательство призвано решить следующие задачи:

- определение факторов инновационного роста социально ориентированного бизнеса;
- выявление факторов, оказывающих влияние на повышение качества и уровня жизни населения;
- характеристика возможностей расширения среднего социального слоя;
- возможность сформировать приоритетные направления развития социального предпринимательства.

Посредством реализации социальной политики возможно осуществление комплексного моделирования бизнес-процессов, которое включает элементы внутреннего и внешнего позиционирования в сферах управления персоналом, РРи маркетинга.

В сложившихся условиях важно понимать, что основу как организационной, так и корпоративной культуры составляют идеи, взгляды, ценностные ориентации, которые разделяют все члены коллектива, что находит свое отражение в их отношении к работе в благоприятной среде, ими же созданной и поддерживаемой, благодаря вектору построения организации, ориентированной на человека [8, 9].

Следует отметить и о недостаточной эффективности системы взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с социальными объединениями и организациями по решению разного рода проблем.

Поэтому в современных условиях важным направлением в формировании и реализации государственной социальной политики должна стать поддержка и развитие социального предпринимательства. Условием эффективного функционирования и развития социальных организаций является наличие социально активных, целеустремленных и творческих людей, способных конструктивно взаимодействовать с другими силами общества во имя общих целей, интересов, ценностей, а также готовых подчинять свои частные интересы и способы их достижения общему благу.

Таким образом, исследовав понятие имиджа организации и его особенности, можно сделать вывод, что у данного понятия существует множество различных трактовок в трудах зарубежных и отечественных ученых, однако смысл определения можно свести к одному: имидж – это созданный образ объекта, который нацелен оказывать воздействие на сознание людей для получения каких-либо преимуществ. Проведенное исследование показывает, что

социальная политика оказывает существенное влияние на процесс формирования позитивного имиджа в глазах общества. Более того, построение социально ориентированного бизнеса позволит обеспечить устойчивую конкурентоспособную позицию на рынке.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Morgan, G.* Images of Organization. - Sage Publications Inc., Business. Economics. Finance, 2017. 485 p.
2. *Gardner, Ю В., Levy S.* The Product and The Brand. Harvard Business Review. 2015. Vol. 33.
3. *Путерс, Т.*, Уотермен Р. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний): пер. с англ. М.: Прогресс, 2016. 223 с.
4. *Косолапов, Н.А.* Политико-психологический анализ социально-территориальных систем. М.: Аспект Пресс, 2015. 183 с.
5. *Горчакова, Р.Р.* Основные тенденции, сдерживающие формирование и развитие имиджа организаций // Актуальные вопросы экономических наук: мат-лы Междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2013 г.). Уфа: Лето, 2015. 90 с.
6. *Васюкова, И.А.* Словарь иностранных слов. М.: АСТ-ПРЕСС, 2019. 640 с.
7. *Попов, В.В.* Современные средства формирования имиджа организации // Вестник Самар. гос. экон. ун-та. 2017. № 8 (34). 104 с.
8. *Иванова, И.А.* Социально-психологические аспекты построения человекоориентированной организации // Актуальные проблемы социальной и экономической психологии: методология, теория, практика: сб. науч. ст. М., 2015. 58 с.
9. *Пуляева, В.Н., Иванова И.А.* Социальная политика организации в основе формирования её PR-бренда // Взгляд молодых ученых на проблемы устойчивого развития: сб. науч. ст. Междунар. конгр. молодых ученых по проблемам устойчивого развития. Русайнс, 2017. 96 с.

## РАЗВИТИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ВЗГЛЯДОВ НА ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ

**Нигматзянова Р.Р., студент**

**Научный руководитель Шамсутдинова М.Р., доцент**  
*Казанский кооперативный институт (филиал) РУК*

Анализ современной отечественной и зарубежной литературы по маркетингу показал, что в последнее время резко возрастает значение маркетинга как ключевого подхода в предпринимательстве. Так, если раньше успех предпринимательства зависел в большей степени от классической комбинации факторов производства и сбыта, то сегодня он во многом определяется системой элементов знаний, интеграцией технологий, объединением капитала, информационных и интеллектуальных ресурсов [3, с. 43].

В настоящее время организации формируют имидж, как своеобразный организационный эквивалент индивидуального имиджа, пытаясь развивать корпоративную культуру и опираясь на концеп-

туальные, но сугубо общие черты маркетинга отношений в сочетании с существующими коммуникациями.

Однако если процессы маркетинг-менеджмента не упорядочены, корпоративный имидж окажется противоречивым. Вследствие этого могут появиться нежелательные рыночные эффекты как внутреннего, так и внешнего характера.

В частности, снижение мотивации сотрудников организации, которые не понимают требований руководства; ухудшение принятия решений в силу отсутствия единого образа организации; противоречивость восприятия символов организации; расхождение в корпоративной политике организации и ее структурных подразделений.

При такой значимости имиджа в современной социально-экономической и социокультурной ситуации он часто отождествляется с внешними характеристиками его носителя и не ассоциируется с объектом и предметом научных размышлений [5, с. 12].

Одним из первых отечественных ученых понятие «имидж» ввел в экономическую литературу О. Феофанов. В своей работе «США: реклама и общество», опубликованной в 1974 г., он рассматривает имидж как основное средство психологического воздействия рекламодателя на потребителя.

По мнению О. Феофанова, «имидж - такое отображение воспринимаемого явления, при котором ракурс восприятия умышленно смещается, умышленно акцентируется восприятие определенных сторон явления. Имидж – более или менее иллюзорное отражение того или иного явления. Между самим явлением и его имиджем всегда существует разрыв в достоверности. Имиджи строятся на эмоциональных апелляциях, следовательно, их воздействие оказывается чрезвычайно эффективным» [4, с. 145].

К истокам исследования имиджа следует отнести также работы, выполненные в рамках психологии социального познания и психологии общения в целом.

Очевидно, что раскрытие психологических закономерностей восприятия и понимания человека человеком, специфики формирования феномена первого впечатления, социально-психологических эффектов и механизмов межличностного и межгруппового восприятия, изучение содержания социальных представлений и стереотипов, процессов массовой коммуникации подготовили базу для содержательного обращения к проблематике имиджа.

Мотивационный подход понимания имиджа акцентирует внимание на поведении как роде психологического воздействия, рассматривая его как механизм управления массовым и индивидуальным сознанием. Отдельные ученые предлагают имидж изучать как

фактор влияния, подчинения воли одного индивида воле другого, часть ученых склонна представлять имидж социальным программированием духовности и поведения личности [7, 8, 9].

Несомненно, природа влияния имиджа должна учитываться, однако, при этом следует избегать слияния сущности имиджа к авторитету и влиянию. Автор подчеркивает, что исследования в большинстве своем рассматривают имидж в рамках образа. Психология понимает «образ» как описание отражения объективности картины мира [2, с. 22].

Общая социальная психология предлагает базовым понятием имиджа считать результат познавательных процессов психики. Процесс, в ходе которого изучаемые объекты вливаются в содержимое образа и принимают адекватность отражаемого объекта, проявляя всю свою сложность природы и изменяясь во времени [6, с. 347].

Имидж как таковой не является «специальным» изобретением. Авторы, придерживающиеся второго подхода – личностного, склоняются к мнению, что имидж, будучи социально-психологическим явлением, существует на протяжении всей истории человечества (по крайней мере, с периода возникновения и развития государственности). Э.К. Ивлева описывает эволюцию имиджа как концепцию развития и становления образа лидера и полководца [1, с. 101].

Все рассмотренные подходы объединяет способность решать вопросы мотивации спроса и потребления, в частности, разработать и реализовать на практике концепцию имиджа компании. Организация, по сути, формирует с помощью политики имиджа основные навыки и умения: быстро реагировать на изменения ситуации на рынке, вовремя предпринять адекватные меры для увеличения объема продаж и т. д.

Анализ устойчивости имиджа организации предполагает своевременное выявление и устранение выявленных недостатков в маркетинговой деятельности и нахождение резервов улучшения показателей.

Отметим, что в процессе управления имиджем, на наш взгляд, решаются следующие задачи:

- 1) разрабатывается миссия организации, как социально значимый статус;

- 2) формируется корпоративная индивидуальность - корпоративная культура, которая служит интегральным выражением служебной и профессиональной культуры, культуры менеджмента, культуры межличностных отношений сотрудников, а также отношений с партнерами и клиентами организации; после взаимодействия с общественностью и определенных маркетинговых реше-

ний следующим этапом становится решение о применении возможных каналов донесения информации до определенной целевой группы;

3) создается корпоративная идентичность - являющийся совокупностью отличительных характеристик общения, манеры поведения, традиций именно фирменный стиль отражает миссию, структуру и возможности компании. Указывая взаимосвязь всех управляемых компонентов имиджа, отметим, что факт существования понятия стратегической корпоративной индивидуальности свидетельствует о значимости имиджа для успеха компании.

В результате непрерывной работы над корпоративной идентичностью возникает корпоративный имидж.

Одним из важнейших звеньев технологии конструирования имиджа является выявление эталонного образа и программирование на его основе целенаправленного образа. Формирование имиджа организации становится необходимым условием достижения фирмой устойчивого и продолжительного делового успеха. Основные черты имиджа организации учитываются при работе по созданию устойчивого имиджа, который целенаправленно создается для каждой группы и различными средствами.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Вылегжанина, Е.В.* Оценка деловой репутации организации // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 2-2. С. 69–72.
2. *Голубков, Е. П.* Маркетинговые исследования: Теория, методология и практика. М.: Финпресс, 2018. 416 с.
3. *Горчакова, В.Г.* Прикладная имиджелогия. М. Феникс, 2016. 164 с.
4. *Мамлеева, Л.* Анатомия бренда. М.: Вершина, 2017. 227 с.
5. *Терентьева, В.И.* Бренд - интегрированный менеджмент: каждый сотрудник в ответе за бренд / В.И. Терентьева, Г.А. Тульчинский. М.: Вершина, 2017. 352 с.
6. *Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти.* СПб.: Питер, 2018. 733 с.
7. *Чармэссон, Г.* Торговая марка: как создать имя, которое принесет миллионы: пер. с англ. Г.Чармэссон. СПб.: Питер, 2013. 224 с.
8. *Шиш, Ж.* Анатомия улыбки / Ж.Шиш, Х. Аошима. М.: Азбука, 2015. 109 с.

## СТРАТЕГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ

**Нигматзянова Р.Р., студент**

**Научный руководитель Шамсутдинова М.Р., доцент**

*Казанский кооперативный институт (филиал) РУК*

Формирование имиджа становится стратегической задачей организации и включается в сферу стратегического планирования. Стратегическое планирование - это особый вид научной и практи-

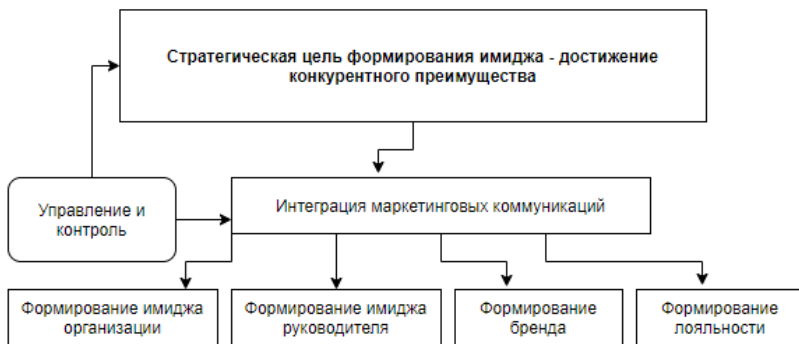


ческой деятельности, которая состоит в разработке стратегических решений, предусматривающих формулирование определенных целей и прогнозирование будущих результатов, реализация которых обеспечивает эффективную деятельность организации в долгосрочной перспективе [1, с. 11].

Целью формирования имиджа организации, является создание благожелательного образа у различных контактных аудиторий и общественности с помощью стратегии. Исследования показали, что только очень немногие из видов бизнеса имеют обобщенную стратегию коммуникаций, координирующую все их сообщения.

Наумова А.В. утверждает, что «чаще всего действия в этом направлении фрагментарны, в результате чего имидж компании не воспринимается потребителями, акционерами и собственными работниками как единый, законченный».

Вместе с тем, концепция стратегии формирования имиджа предприятия – важный элемент в достижении внешнего конкурентного преимущества» (рисунок) [6].



Концепция стратегии формирования имиджа

Согласимся, что грамотное формирование стратегических задач приводит нас к стабильному успеху на рынке за счет репутации и рентабельности, которые в свою очередь повышают рейтинг компании. Процесс стратегического управления имиджем организации осуществляется в несколько этапов.

Реализация стратегии подразумевает эффективные коммуникации между уровнями управления в целях обеспечения реальности и содержательности стратегии.

Основными компонентами процесса стратегического маркетинга являются: определение миссии, назначения и главных целей организации, анализ внешней и внутренней среды, выбор стратегии организации в соответствии с ее сильными и слабыми сторонами,

внешними опасностями и благоприятными возможностями, приспособление систем управления к выбранной стратегии [5].

Организация бизнеса – характеризуется способом деления предприятия на отделы. Организационная структура организации определяет не только экономическую эффективность ее деятельности, но и моральную и трудовую удовлетворенность персонала [3].

В связи с этим, грамотно разработать и закрепить за каждым конкретным работником должностные инструкции, определить стандарты поведения и внешнего вида.

Информация, полученная при изучении рынка, прогноз развития рынка являются основой для принятия эффективных управленческих решений.

Среди множества методов формирования имиджа организации выделим следующие: метод символизации, метод создания мифо-конструкции, метод гиперболизации, метод метафоризации, метод визуализации, метод вербализации, метод рекурсии, метод влияния, метод внушения, метод отзеркаливания, метод якорения, метод рефрейминга, метод импринга, метод экранирования, метод позиционирования и др. [8].

Общественное мнение об организации создают группы людей, испытывающие воздействие всего того, что эта организация делает или заявляет и, в свою очередь, в силах сами повлиять на ее деятельность. Общественное мнение – состояние массового сознания, проявляющееся в совокупности оценочных суждений о событиях и фактах действительности [9].

Подводя итог сказанному, следует отметить, что в настоящее время актуальны вопросы формирования имиджа организации, который способен оказывать положительное устойчивое влияние на окружающих. Анализ развития теоретических взглядов позволил выявить основные подходы к исследованию имиджа. Все рассмотренные подходы объединяет способность решать вопросы мотивации спроса и потребления, в частности, разработать и реализовать на практике концепцию имиджа компании.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Алешина, И.В.* Корпоративный имидж / Маркетинг. 2016. № 1. С. 50–53.
2. *Бодуан, Ж.П.* Управление имиджем кампании: Пабликрилейшнз: Предмет и мастерство: пер. с франц. А.В. Полунина / Ж.П. Бодуан. М.: ИНФРА-М, 2012. 233 с.
3. *Власова, И.А.* Деловая репутация: экономическая сущность и методология учета // Актуальные вопросы экономических наук. 2016. № 20. С. 222–227.
4. *Горчакова, В.Г.* Прикладная имиджелогия. М. Феникс, 2016 164 с.
5. *Пыльнева, Т.Г.* Роль имиджа в обеспечении конкурентоспособности предпринимательства // Центральный научный вестник. 2018. Т. 3. № 4S (45S). С. 60–62.
6. *Сомов, Д.К.* Современные концепции управления маркетингом // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. 2015. № 1. С. 36–44.

7. *Терещенко, В.М.* Маркетинг: новые технологии в России. СПб.: Питер, 2015. 416 с.

8. *Шарков, Ф.И.* Имидж фирмы: технологии управления: учебное пособие для вузов. М.: Акад, проект, 2016. 272 с.

9. *Шиш, Ж.* Анатомия улыбки / Ж. Шиш, Х. Аошима. М.: Азбука, 2015. 109 с.

## **СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ – НЕОБХОДИМЫЙ ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ**

**Прудскова А.А., студент**

Научный руководитель **Келейникова С.В., доцент**  
*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

В современном мире российские компании проявляют большой интерес к стратегическому менеджменту. Это связано с тем, что при помощи стратегического менеджмента компания может эффективно развиваться в условиях высококонкурентной среде.

Стратегический менеджмент позволяет взглянуть на коммерческую организацию, как на единый и целостный механизм, помогает разяснить, почему некоторые предприятия благополучно развиваются и процветают, а другим грозит банкротство.

Стратегический менеджмент является искусством управления будущим состоянием организации, а овладение этим мастерством возможно лишь при наличии глубоких знаний и развитой творческой интуиции.

Сложность стратегического менеджмента состоит в том, что практически невозможно научно обосновать единую стратегию, приемлемую для всех организаций, равно как и предложить универсальный инструментарий, методологию стратегического управления.

Многообразие субъектов хозяйствования, их дифференциация по отраслям, направлениям, масштабам и потенциалу бизнеса, целям и задачам развития, уровню развития управления определяют уникальность подходов к процессу выработки стратегических ориентиров развития и применяемому для этих целей инструментарию.

Стратегия компании – это комбинация различных методов конкуренции и организации бизнеса, направленная на удовлетворение потребностей клиентов и достижение организационных целей предприятия [1].

Разработка эффективной стратегии связана с такими причинами как:

- понимание долгосрочных целей организации;
- формирование целей деятельности предприятия;
- взаимопонимание всех владельцев организации относительно дальнейшего развития [1].

Если стратегия не является продуманной и не имеет определенного эффективного механизма, то реализация стратегии невозможна.

Менеджерам необходимо уделять большее количество времени на стратегические вопросы, для этого им нужно наладить достаточно эффективное оперативное управление.

Под этим подразумевается выполнение необходимых условий:

- четкая и упорядоченная деятельность;
- наличие системы планирование;
- учет и контроль;
- распределение обязанностей и ответственности между менеджерами и т. д.

Если все выше перечисленные требования не будут выстроены в компании, то действительно будет очень сложно заниматься стратегическими задачами без ущерба для уже имеющихся результатов.

На самом деле, работа, которая будет выполняться для налаживания системы оперативного управления должна будет опираться на определенную базовую стратегическую линию, которую необходимо владельцам заранее определить.

Работа по разработке стратегии имеет свои преимущества, например, она позволяет владельцу компании и менеджерам вместе взглянуть на бизнес, которым они владеют и управляют. И самое главное это позволит решить и самый главный вопрос: «Нужно ли продолжать и дальше выстраивать систему стратегического управления? Если да, то какой сложности она должна быть?»

Стратегия, с одной стороны, выступает в качестве инструмента обоснования, выработки и последующей реализации долгосрочных целей и задач производственной, экономической, организационной, научно-технической и социальной направленности, с другой стороны, – как фактор, определяющий деятельность организации до тех пор, пока запланированные цели и задачи не будут достигнуты, и, наконец, как канал коммуникационного взаимодействия организации с внешней средой.

Стратегический менеджмент – это процесс осуществления совокупности систематизированных и взаимосвязанных работ по определению долгосрочных целей и направлений деятельности предприятий [2].

Поэтому любое предприятие, занимающееся стратегическим

управлением, выбирает для себя те цели, которые считает первоочередными.

Основными целями стратегического управления являются [3]:

Рост доли рынка.

Развитие потенциала предприятия.

Снижение издержек производства на фоне своих конкурентов.

Улучшение качества производства и обслуживания.

Повышение конкурентоспособности.

Таким образом, с учетом изученных теоретических особенностей, целей, задач и функций, стратегический менеджмент – это управление предприятием, которое опирается на человеческий потенциал, как основу организации, перенаправляет производство в нужное русло, основываясь на запросах потребителей, осуществляет гибкое регулирование и своевременную корректировку организации на основе воздействия окружающей среды и позволяет добиться конкурентных преимуществ для возможности выживания предприятия в долгосрочной перспективе и достижения своих целей.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Тихонов, А.А.* Стратегическое управление развитием предприятия в контексте эволюции теории стратегического управления // *Перспективы науки.* 2013. № 7. С. 98–103.

2. *Шевчук, Д.А.* Стратегический менеджмент: учеб. пособие. Ростов-на-дону: Феникс, 2013. 122 с.

3. *Келейникова, С.В.* Особенности разработки и реализации стратегии организации. Проблемы развития социально-экономических систем: материалы Национальной научно-практической конференции, Саранск. 20 ноября. 2019 г., С.294-297.

#### СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

**Фаттахова Л.Ф., студент**

Научный руководитель **Келейникова С.В., доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

В современных условиях деятельности компании всё более приоритетное значение приобретает проблема мотивационного воздействия для эффективного развития предприятий. Длительные экономические кризисы, нарастание конкуренции во всех сферах, тяжёлая эпидемиологическая ситуация побуждают организации активно применять внутренние ресурсы для сохранения своего положения на рынке и всестороннего развития.

Человеческий ресурс – это основной ресурс предприятия и ин-

струмент, с помощью которого можно осуществить изменения в организации и достичь её целей. В отличие от других ресурсов человеческий ресурс не может осуществлять свою деятельность без систематического стимулирования, оказанного руководителем предприятия.

Особое внимание в науке управления имеют методы мотивации работников. Благодаря пониманию смысла мотивации и всех её методов возглавлять сотрудниками возможно без сложностей и противоречий.

Мотивация представляет собой комплекс внутренних и внешних факторов, который подталкивает людей к осуществлению своей деятельности, ориентированную на достижение поставленных целей. Человек, проделывая этот путь, прилагает все свои возможные усилия, усердно трудится [5, с.48].

Важно предусматривать все возможные мотивационные устройства каждого человека и определять различные показатели воздействия одного и того же мотива на разных людях.

В настоящее время развитые компании стараются объединять одновременно два варианта мотивирования [1].

Первый вариант состоит в необходимости привлечения к деятельности конкретных мотивов, которые заставляют человека проделывать назначенную работу для завоевания успеха, посредством внешнего влияния на индивида.

Второй вариант, ориентирован на создание системы мотивов. Также он направлен на развитие стимулирования деятельности людей, благоприятствующего оперативному руководству, а также на устранение тех стимулов, которые мешают этому.

Этот вариант имеет воспитательный и образовательный характер, однако, вопреки этому, является наиболее эффективным применительно к первому варианту мотивирования.

Методы мотивации представляют собой структуру комбинаций, которая даёт возможность поддерживать большие интересы работников к труду [2].

К основным методам стимулирования относятся:

- 1) материальные (зарплата, премии, привилегии, бонусы);
- 2) нематериальные;
- 3) моральные (оценка профессионального положения посредством различных сертификатов, дипломов, грамот, личный кабинет и другое);
- 4) организационные (учётная политика организации, корпоративная культура, положения ТК РФ и т.д.)

Организации России в настоящее время применяют систему финансового стимулирования рабочих. Однако она отрицательно воздействует на реализацию личных возможностей.

К методам нематериального стимулирования можно отнести:

- а) приём на работу на законном основании и получение соцпакета;
- б) репутация организации;
- в) продвижение по службе;
- г) корпоративная культура;
- д) культурные мероприятия, конкурсы;
- е) позитивный климат для персонала;
- ж) конференции, корпоративное обучение, тренинги.

Вдобавок существуют не менее важные современные методы мотивации персонала.

Во-первых, в зарубежных организациях, в отличие от российских, есть такая операция, когда работникам предоставляется возможность составления собственного плана выполнения работы и развития [3].

Во-вторых, руководство может поощрять идеи своих сотрудников, не оставлять их предложения без внимания. Благодаря этому методу осуществляется развитие компании. Сотрудники могут совершенствовать пожелания, идеи, обсуждая их. Их мысли в конечном итоге могут перерасти в проект.

В-третьих, инновационный способ стимулирования состоит в еженедельном вознаграждении персонала. Ежедневно размещается пост о достижениях группы. И в конце недели проводятся итоги, руководитель определяет лучших работников и дарит им, например, билеты на концерт.

В-четвёртых, работники по своему усмотрению осуществляют взаимную оценку труда. Принцип работы данного метода состоит в том, что работник раз в месяц проводит оценку своей коллеги за хорошие взаимоотношения, за достойный поступок в виде денежных средств (50 долларов). Данные средства являются воображаемыми, однако по окончании года накопленные средства работник может получить в виде настоящих денег.

В-пятых, метод «построения» основывается на том, что начальник – это пример рабочему коллективу. Планируется, что если руководитель подаст хороший пример, то его сотрудники заинтересуются на продуктивную деятельность.

В-шестых, грейдинг – организация рабочих по уровням ценностей предприятия, по этой причине создаётся система расчёта заработной платы для каждого сотрудника. У рабочих есть возможность повысить оплату труда без продвижения по службе.

В-седьмых, эффективным методом является шутивное наказание плохих работников. Вместо штрафов можно использовать шуточные титулы, например, «Черепашка месяца». А для преуспевающих сотрудников можно использовать титулы с положительным

подтекстом, например, «Человек с большой буквы» или «Ветеран компании».

В-восьмых, внимание членам семьи сотрудников тоже является хорошим методом мотивации. Руководитель компании может выдавать своим работникам сладкие подарки, путёвки в детские лагеря, обеспечивать медицинское страхование членам семьи каждого сотрудника.

В-девятых, предоставление возможности лучшим сотрудникам свободно посещать работу.

К актуальным методам стимулирования также относят: наличие процента в бизнесе, льготы, набор кадров при содействии с предложениями работников компании, вознаграждения за личные достижения, гибкий график работы, туристическое страхование.

В настоящее время активно применяются и создаются новейшие методы стимулирования персонала, возможно которые в будущем полностью заменят базовую мотивацию. Именно поэтому российским компаниям следует делать акцент на новейшие методы мотивации и использовать их в своей области с целью усовершенствования деятельности.

В заключении следует подчеркнуть, что все приведённые выше современные методы мотивации персонала обладают своими сложностями. Любой руководитель задаётся вопросом, как можно лучше стимулировать своих работников, к тому же без больших издержек и с высоким результатом. Важно также разработать легкую адаптирующуюся систему мотиваций.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Большакова, Е.М.* Системные модели и методы мотивации, применимые в процессе управления персоналом [Электронный ресурс] // Бенефициар. 2018. № 19. С. 31–33. Режим доступа: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_32472045\\_43266274.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_32472045_43266274.pdf).

2. *Земленая, В.А.* Основные теории управления мотивацией персонала: содержание и особенности практического применения в российских условиях [Электронный ресурс] // Евразийское научное объединение. 2019 №3-4(49). С. 249–253. ЭБС eLIBRARY.RU. Режим доступа: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_37353012\\_29610268.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_37353012_29610268.pdf).

3. *Косенко, Е.А.,* Современные методы мотивации персонала [Электронный ресурс] / Е.А. Косенко, А.С. Гордеева, Э.В. Сычева // Экономическая безопасность: правовые, экономические, экологические аспекты. – 2017 – С. 133-135. – ЭБС eLIBRARY.RU. Режим доступа: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_28878448\\_68381020.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_28878448_68381020.pdf).



# ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

## ПОРЯДОК ИСЧИСЛЕНИЯ И УПЛАТЫ СТРАХОВЫХ ВЗНОСОВ В РФ

Гульняшкина П.В., студент

Научный руководитель Шилкина Т.Е., доцент

*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

Страховые взносы – сумма средств, которая подлежит обязательному пенсионному страхованию, медицинскому страхованию и социальному страхованию. Данную сумму необходимо выплатить руководителю организации за каждого своего сотрудника, которые работают по трудовому договору.

Значение страховых взносов заключается в том, что плательщик получает определенные выплаты в момент наступления страхового происшествия, следовательно, фонд страхования выплачивает эту сумму пострадавшему лицу в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Страховые выплаты спасают людей от огромных потерь. Страхуя определенный объект, человек оплачивает страховые взносы и эта сумма может быть намного меньше той суммы, которую пришлось бы виновному выплачивать в страховую компанию за пострадавший объект. В этом и есть сущность и значение страховых взносов. Также выплаты, которые уплачиваются вовремя и с правильностью исчисления, оберегают от налоговых проверок.

Обязательными признаками страхового случая являются:

- 1) создание условий, которые образуют опасность и угрозу;
- 2) причинение ущерба;
- 3) наличие взаимосвязи между этими элементами и как они влияют на соответствующую ситуацию.

Если более детально разобраться о сущности обязательного страхования, можно отметить следующее: каждый сотрудник в своей организации работает по трудовому договору и получает

комиссионные вознаграждения, доход, или прибыль, на которые сотрудник бухгалтерии должен начислять страховые взносы, иначе за неисполнение этих обязанностей следуют санкции, которые назначают соответствующие органы в виде штрафов, пеней.

Существует определенный круг лиц, которые обязаны уплатить необходимые платежи в соответствии со ст. 149 НК РФ. Однако, если плательщик относиться одновременно к нескольким категориям лиц, то ему необходимо оплачивать каждый страховой взнос в отдельности. Индивидуальным предпринимателям необходимо оплачивать как за себя, так и за своих работников.

Категория лиц, являющаяся налогоплательщиками:

1) организации и ИП, которые платят вознаграждения физическим лицам по трудовому договору и ГПД;

2) ИП и иные лица, которые работают на себя (адвокаты, оценщики, самозанятые и т.п.);

3) физические лица, не зарегистрированные как ИП, или не имеющие образование юридического лица, но платят комиссионные вознаграждения физическим лицам.

Виды страховых взносов:

1) пенсионные взносы – выплаты сумм в пенсионный фонд. Они состоят из двух частей: страховой и накопительной.

Страховая часть формируется в баллах. 1 балл составляет 98,86. Все денежная сумма назначается на выплаты пенсионерам, имеет рост, но не наследуется. Она назначается в индивидуальном порядке в зависимости выплат работодателя и внесённых собственных средств гражданином на лицевой счет СНИЛС. На размер пенсии влияют многие факторы, например, стаж работы каждого человека и пенсионный возраст.

В настоящее время из пенсионного фонда РФ выплачивается материнский капитал (по состоянию на 01.02.2022г. он равен: на первого ребенка – 524 527 руб., на второго ребенка – 693 144 руб.).

В накопительной части величина дохода зависит от пенсионных накоплений. Денежная сумма может направляться как в ПФР, так и в НПФ.

2) медицинские взносы – это обязательные платежи, которые осуществляются страхователями в медицинский фонд Российской Федерации. Эти взносы обеспечивают получение медицинской помощи, которые идут строго по целевому назначению для застрахованного лица.

3) взносы на обязательное соцстрахование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством. Из них ФСС затем выплачивает декретные пособия и пособия по больничным листам.

4) взносы, которые необходимо выплачивать при получении болезней или травм, ущерба, случившегося на производстве, т.е.

результаты определенных действий, которые сформировали «травматизм».

Сущность и значимость социального страхования заключается в том, что оно обеспечивает безопасность и защиту гражданам, которые не являются трудоспособными, но могут осуществлять трудовую деятельность.

Государством назначаются положения и условия, которые помогут людям восстановиться, путем предоставления различных лечений, таких как курортно-санаторное лечение.

Все граждане, которые попали во временные трудности, потеряли работу в ходе объективных причин или при беременности выходя в декретный отпуск должен оплачиваться.

Сущность и структура страховых взносов тесно связана между собой. В настоящее время руководители компаний должны оплачивать страховые взносы за каждого своего сотрудника в следующих процентах от их заработной платы:

- 1) Пенсионный фонд РФ — 22% ;
- 2) Фонд обязательного медицинского страхования — 5,1% ;
- 3) Фонд социального страхования РФ — 2,9% (в том числе выплаты на случай нетрудоспособности и материнства);
- 4) Страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний — 0,2–8,5% (в зависимости от вредных условий труда).

Страховые взносы начисляются:

– на выплаты сотрудникам. К этому фактору относятся все денежные вознаграждения, которые были назначены каждому из сотрудников, а именно все заработные платы, доходы, прибыль, премии, денежные средства, выплаченные при выходе на работу в период отпуска, в праздничные дни;

– выплаты подрядчикам, которые необходимо выплатить в соответствующие сроки, в соответствии с договором или другого договора по физическим лицам, которые не состоят в штате. Однако, если же сам подрядчик является предпринимателем, он обязан платить страховой взнос, поскольку он работает сам на себя.

Следует не забывать о том, что страховые взносы не нужно начислять на суммы, которые гражданин получает от предпринимательской деятельности, путем выставления помещения и других движимых и недвижимых объектов в аренду.

Взносы по страхованию на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством не начисляются на выплаты по любым гражданско-правовым договорам (включая авторские и договоры подряда).

Страховые взносы рассчитываются по формуле (рисунок).



Основная формула страхования

Страховая сумма – это денежные средства, на которые застраховали объект страхования.

Страховой тариф – это множитель, с помощью которого определяется стоимость объекта страхования.

Страховой взнос (премия) - это стоимость страховки.

Существует ряд особенностей для выплаты страховых взносов для иностранных граждан и лиц без гражданства, которые осуществляют трудовую деятельность по гражданско-правовому договору.

Если иностранный гражданин имеет временное проживание на территории РФ, выплаты сумм по пенсионному взносу, медицинскому взносу, взносы на обязательное соцстрахование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством, взносы с травматизмом, начисляются по всем взносам в рамках трудового договора.

Однако в рамках гражданско-правового договора суммы не начисляются на взносы на обязательное соцстрахование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством, а суммы на взносы с травматизмом начисляются, но, если данное условие предусмотрено договором. Итого страховые взносы в рамках гражданско-правового договора составляют в настоящий момент 27, 1%.

Если иностранный гражданин временно пребывает и находится на территории РФ в рамках трудового договора суммы на пенсионные взносы начисляются (если иностранец не является профессиональным сотрудником), на медицинские взносы не начисляется, на взносы на обязательное соцстрахование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством начисляются, взносы на травматизм начисляются.

В то же время в рамках гражданско-правового договора суммы на взносы на обязательное соцстрахование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством не начисляются, взносы на травматизм начисляются, но, если данное условие предусмотрено договором. Невозможно не отметить, что страховые взносы для иностранного гражданина не начисляются, если он

осуществляет трудовую деятельность в российской компании, являющаяся филиалом, но которая расположена за рубежом РФ. Также иностранный гражданин может предоставлять услуги из-за рубежа, но, которые оговорены в договоре подряда.

Важно заметить, что существуют выплаты по котором страховые взносы не могут осуществляться ни по каким видам страхования. К этим факторам следует отнести пособие по листкам нетрудоспособности, а также все виды установленных законом компенсаций, суточные, полученные во время командировки и другие, в соответствии со ст. 422 НК РФ.

Как показывает практика существуют случаи, при которых образуются споры по выплате страховых взносов сотрудникам организации, такие события как премия в честь юбилея сотрудника или стоимость путёвки, оплаченной работодателем. Сами страхователи считают, что по таким выплатам не нужно выплачивать страховые взносы, но налоговая инспекция не согласна с этим доводом, поэтому многие такие спорные отношения выясняются в суде.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что работодатели выплачивают за своих сотрудников все страховые взносы, а также сами предприниматели, которые работают на себя. Страховые взносы уплачиваются на обязательное пенсионное, социальное и медицинское страхование. Для каждого вида страхования установлен определенный процент.

## **МЕТОДЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ**

**Данилова В.А., студент**

**Научный руководитель Катайкина Н.Н., доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

На сегодняшний день в условиях развития и модернизации области связанной с цифровой экономикой, исследование и разработка научно обоснованных механизмов государственного регулирования, целенаправленных на стимулирование, поддержку и регулирование процессов цифровизации. Нас данный момент, цифровой сектор экономической деятельности в России является малораспространенным и находится на первичном этапе своего развития и преобразования.

Для развития цифровых технологий и преобразования традиционных отраслей в систему цифровизации возможна только при тех

условиях, когда государство разрабатывает и реализует системы мер, нацеленных на создание выгодных в секторе цифровой экономики, социально-экономической, правовой, институциональной среды.

Среда формирования цифрового сектора экономики, сильно влияет на его развитие и стратегические условия, на динамику инновационного развития, состояние бизнес-среды, а также на формирование механизмов государственного регулирования этого сектора.

Государственное регулирование в сфере управления цифровой экономикой непосредственно влияет на процессы системности и направленности, а также на эффективное функционирование цифрового сектора экономики.

Планирование и использование определенных методов в государственном регулировании сектора цифровой экономики, выступают в качестве средств, валяющих на цифровое развитие экономики России.

Теоретической основой применения тех или иных методов в государственном регулировании цифровизации экономики является понимание и обобщение соответствующих методов, их признаков и особенностей.

К методам государственного регулирования процессов экономики относятся такие как методы прямого косвенного действия, а в частности:

- экономические;
- нормативные;
- политические;
- организационные;
- социальные;
- специальные; и др. методы.

Перечисленные выше методы государственного регулирования экономических процессов обеспечивают развитие определенных действий, относящихся к государственному регулированию в условиях стабильности, а также в условиях действия деструктивных факторов, а также в условиях преобразования экономической среды и глобализации.

Следовательно, применение комплексных и комбинированных методов прямого, а также не прямого воздействия по широкому кругу направлений, дает возможность активно и целенаправленно действовать государству в сфере регулирования экономических процессов, что очень актуально в условиях новизны и инновационности динамики процессов цифровизации мировой экономики.

К методам, которые используются в рамках реализации государственной промышленной политики, относятся:

- административные, которые также включают в себя расширительнораспорядительные средства;
- нормативно-правовые методы, основа которых состоит из создания и совершенствования соответствующего нормативно-правового поля;
- организационные методы, охватывающие инструменты и средства упорядочения, организации, а также деятельности в сфере государственного экономического регулирования;
- социально-психологические методы, включающие в себя такие инструменты как воспитание, убеждения, развитие социального диалога.

Приведенная выше классификация методов государственного регулирования процессов экономического развития представляет собой наиболее полную систему и способна обеспечить государственное регулирование всех процессов и функциональных подсистем, задействованных в процессах экономического развития страны и является теоретической содержательной основой для формирования методологии государственного регулирования развития сектора цифровых технологий.

Можно сказать, что динамика функционирования сектора цифровой экономики, а также его новизна и структура, предписывают формирование и применение данных групп методов таких как: правовых, экономических и административных с применением методов прямого и косвенного направления и действия к разработке и внедрению обширного круга инструментов их формирования.

Таким образом, правовые методы и их инструменты обеспечат формирование в стране нормативного поля, необходимого для развития сектора цифровой экономики, что будет связано с принятием ряда изменений в действующее законодательство, принятием и реализацией государственной стратегии развития цифровой экономики и определением нормативно-правовой сферы ее функционирования.

Экономические методы и их инструменты будут способствовать внедрению мотивационных рычагов и позволят финансировать развитие сектора цифровой экономики как за счет прямых мер, таких как государственное финансирование программ и научно-технических проектов оцифровки экономики, развитие цифровой инфраструктуры, внедрение государственных заказов или государственных закупок в секторе цифровой экономики, предоставление государственных грантов или субсидий, так и за счет косвенных мер, к которым относятся налоговая мотивация и продвижение процессов оцифровки и развитие нового сектора экономики.

Механизм государственного регулирования развития экономики является способом действий субъекта регулирования, основанного на определенных базовых принципах функциях и принципах с применением методов и средств, и обеспечивает достижение определенной цели эффективного функционирования системы государственного регулирования и разрешения противоречий [4].

Таким образом, механизм обеспечивает реализацию основных функций государственного регулирования, в то же время, экономические функции определяют направления, по которым осуществляется государственное регулирование. Вследствие этого формируется взаимосвязь и взаимозависимость между определенными стратегическими целями государственного регулирования, векторами, направлениям действия и методами и средствами их реализации, что является составляющими механизма государственного регулирования

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Манохин, Е.В.*, Васина М.В., Добрынина И.В. Из практики цифровизации в регулируемых организациях для решения производственных, экономических и управленческих задач // Вестник Тульского филиала Финуниверситета. 2021. С. 576

2. *Тумин, В.М.*, О принятии управленческих решений по развитию предприятий и территорий в условиях цифровизации экономики // Экономика и предпринимательство. 2020. С. 278.

3. *Самойлюк, Р.Н.*, Черепанов С.И. Проблемы эффективности методов государственного управления в Российской Федерации // Наука. Мысль: электронный периодический журнал. 2021. Т. 7. № 6. С. 106–112.

4. *Маркова, А.А.* Корпоративные финансы // А.А. Маркова, Н.Н. Катайкина, Р.А. Захаркина. Саранск, 2017. 120 с.

#### НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЛОГОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА

**Данилова В.А., студент**

Научный руководитель **Абелова Л.А., доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

В Российской Федерации существует законодательство, обеспечивающее налоговую безопасность государства. Можно с уверенностью сказать, что данный нормативный документ фрагментирован.

Определенные правовые нормы, при помощи которых в России обеспечивается налоговая безопасность, являются, несомненно,



частью нормативных актов, благодаря которым происходит регулирование вопросов безопасности, государственного управления, а также всех налоговых отношений. Обнаружение данных норм происходит на пересечении определенных институтов законодательства.

Определяющей целью является обнаружение данных норм, а также системная оценка их свойств, необходимая для возможности определения, насколько существующее правовое регулирование резонно определяет элементы механизма обеспечения налоговой безопасности государства.

Идея безопасности неотъемлемо присуща публичному управлению в разносторонних сферах деятельности. Также исключением не будет и налоговая сфера, которой свойственно признание различных основ налогового администрирования. Сильная, логичная и непротиворечивая нормативная база – основа государственной политики в области обеспечения различного рода безопасности.

Различают большое количество различных источников нормативного обеспечения налоговой безопасности. Выделяются следующие шесть уровней регулирования налоговой безопасности, с определенными подразделениями нормативно-правовых актов. К ним относятся:

- 1) Конституция Российской Федерации:
  - законодательные акты федерального уровня;
  - указы Президента РФ;
  - постановления Правительства по вопросам налогообложения, таможенных платежей, а также платного природопользования;
- 2) Законы и правовые акты глав субъектов РФ, а также муниципальные правовые акты;
- 3) Акты иных государственных органов всех уровней власти;
- 4) Акты предприятий (организаций);
- 5) Судебные доктрины, а также документы разъяснительного характера;
- 6) Международные договоры и соглашения в области налогообложения.

Несомненным преимуществом приведенной выше по тексту классификации, является значимость всех уровней публичного управления в области обеспечения налоговой безопасности.

Главенствующую роль в системе государственного обеспечения налоговой безопасности занимает Конституция Российской Федерации, как акт высшей юридической силы. Правовое регулирование большинства сфер управления в рамках таких сфер, как: общественно-политической, социально-культурной, и конечно,

экономической сферы вместе с включением в нее сферы налоговой, Конституция РФ относит к совместному введению России и ее территориальных субъектов. К примеру, обеспечение безопасности применительно к компетенции Российской Федерации, но при этом кадровая политика в правоохранительных органах принадлежит к совместному ведению Российской Федерации и ее регионов (п. «и», «к» ч. 1 ст. 72 Конституции РФ).

Определенно, понимание конституционной сущности безопасности необходимо для точного и правильного применения переплетенных норм разнообразных направлений и отраслей права, основанных на конституционных положениях.

Несомненно, именно принципы конституции РФ должны представляться направлением для разрешения вопросов безопасности в отдельных отраслевых правовых актах.

Регламентация отдельных аспектов обеспечения безопасности различных видов осуществляется посредством более чем семидесяти федеральных законов, двухсот указов Президента РФ, около пятисот постановлений Правительства РФ и иных актов, т. е. в значительной степени фрагментирована и касается, в основном, частных угроз.

Несмотря на значительное число регулятивных актов, констатируется отсутствие механизмов обеспечения безопасности, общий характер компонентов регулирования и контроля в сфере безопасности, нереализованная потребность в классификации специфических угроз во взаимосвязи с ущемляемыми ими интересами.

Основным нормативным актом, призванным комплексно регулировать вопросы обеспечения безопасности, выступает Федеральный закон от 28 декабря 2010 г. № 390-ФЗ «О безопасности».

Широко обсуждаемым в науке является отсутствие в законе собственно определения термина «безопасность». Однако такие определения, построенные по схожей модели, присутствуют в стратегиях отдельных видов безопасности.

Более серьезным упущением является игнорирование законом критериев и видов безопасности, а также лаконичность принципов ее обеспечения, отсутствие комплексного регулирования необходимых элементов системы обеспечения безопасности, включая недостаточно четкую регламентацию деятельности специальных служб и их координации с иными субъектами государственного управления (в том числе управления налогообложением).

Вопросам налоговой безопасности в указанном законе не уделено должного внимания, соответствующего ее роли в управлении государством. Закон лишь упоминает применение социально-экономических мер органами власти в комплексе с иными мерами

в качестве принципа обеспечения безопасности (п. 3 ст. 2) и поддержания государственной политики в этой области.

Законодательные акты являются важнейшим источником обеспечения налоговой безопасности. О самостоятельном институте налоговой безопасности как подсистеме законодательства говорить не приходится, поскольку она выступает не отдельным предметом правового регулирования, который можно было бы обособить от иных управленческих отношений в государстве, а целью, методологической основой регламентации отношений в сфере государственного управления налогообложением.

Налоговая безопасность как междисциплинарное экономико-правовое явление обеспечивается посредством согласования не только налогового, гражданско-правового, уголовно-процессуального законодательства, но, безусловно, и в первую очередь, посредством положений административных правовых актов.

Нельзя упускать из виду нормативные правовые акты, принимаемые в субъектах федерации и муниципальных образованиях. Если федеральные акты определяют приоритеты национальной безопасности, векторы ее обеспечения и развития, а также общий механизм реализации, то на уровне субъектов федерации применительно к налоговой безопасности должны быть закреплены конкретные формы и методы ее обеспечения региональными органами власти, а также порядок их взаимодействия в этой сфере с органами местного самоуправления. Сложно согласиться с предложениями о принятии модельных законов субъектов федерации о внутренней безопасности, поскольку в таком законе пришлось бы прописывать меры противодействия слишком разнородному для одного акта составу угроз. При этом в силу уровня регулирования такой закон не должен иметь рамочный характер.

Таким образом, законодательство, включая документы стратегического планирования, должно фиксировать применительно к каждой сфере безопасности, включая налоговую: угрозы (риски), интересы, субъекты и способы ее обеспечения. Между тем оно в этом контексте хаотично и уязвимо, что мешает правильно артикулировать цели правового регулирования и не может не сказываться на его эффективности.

В системе нормативного обеспечения налоговой безопасности Конституция РФ должна закреплять единый подход к сущности безопасности в целом, законодательные акты (в первую очередь, законы о безопасности, о налоговых органах, Налоговый кодекс РФ) - основные направления противодействия угрозам налоговой безопасности, возникающим в соответствующих сферах регулирования, а подзаконные акты - конкретные управленческие способы борьбы с такими угрозами. Нормативное регулирование подлежит

координации на уровне актов стратегического планирования, с тем чтобы обеспечивалось своевременное обновление законодательства по результатам систематического анализа изменения видов и характера угроз, прогнозирования их эволюции, а также мониторинга степени эффективности самих методов оценки.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ) // «Собрание законодательства РФ», 26.01.2009, № 4, ст. 72.

2. *Максимов, С.Н.* Административно-правовое обеспечение налоговой безопасности в Российской Федерации: концептуальные и методологические аспекты : дис. ... д-ра юрид. наук. М., 2020. С. 298.

3. *Чельшьева, Э.А.* Система налоговой безопасности и развитие ее нормативно-правового обеспечения // *Terra Economicus*. 2021. Т. 8. № 3. Ч. 3. С. 31–37.

### **ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

**Дурова К.А., студент**

**Научный руководитель Катайкина Н.Н., доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

Одним из фундаментальных изменений, характеризующих повышение эффективности национальной экономики является активное формирование финансового сектора и активное развитие финансовых рынков. Развитие рыночных отношений в России способствовало более обширному использованию термина «финансовое планирование».

Под финансовым планированием понимается определенная часть общего плана организации, который включает в себя анализ процесса деятельности, а также разработку целой системы показателей, характеризующих финансовое состояние организации и нехватку необходимых финансовых ресурсов для продолжения эффективного рабочего процесса.

Планирование представляет собой процедуру разработки и принятия целевых установок количественного и качественного характера и определения путей наиболее эффективного их достижения. Эти установки характеризуют желаемое будущее. Планирование позволяет обеспечить высокую степень и высокую веро-

ятность достижения целей на основе систематической подготовки решения. Тем самым оно представляет собой предпосылку эффективной деятельности организации [1].

Финансовое планирование требуется для обеспечения необходимыми финансовыми ресурсами деятельности организации для выбора вариантов эффективного вложения капитала; выявления внутривозможных резервов увеличения прибыли за счет экономного использования денежных средств. Оно способствует контролю финансового состояния, минимизирует риски и угрозы.

Необходимость финансового планирования определяется многими причинами. Наиболее значимые из них являются:

- выбор наилучшего варианта развития организации, при неблагоприятных условиях;
- неопределенность будущего и неустойчивое положение экономики государства;
- разработка нескольких вариантов рабочих этапов, направленных на достижение основной цели организации.

Следует отметить, что финансовое планирование занимает одно из важнейших мест в этапах планирования деятельности коммерческих организаций. Это характеризуется тем, что на реализацию всех планов необходимы средства, источник которых заранее должен найти менеджер и суметь правильно распорядиться, чтобы организация работала бесперебойно и продолжала приносить доход. Финансовое планирование также обеспечивает контроль над использованием всех имеющихся ресурсов организации и способствует их более рациональному использованию [2].

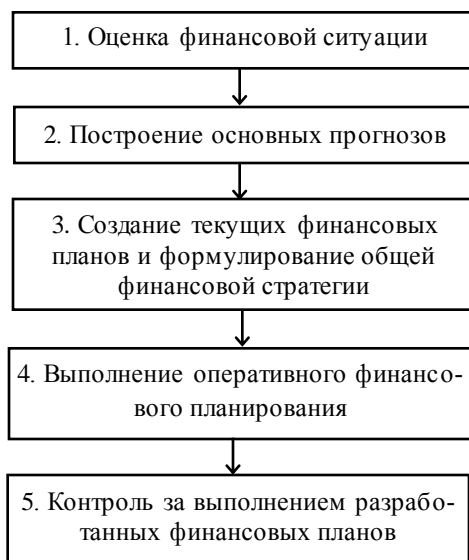
Процесс финансового планирования организации состоит из целого определенного комплекса показателей. Варианты определения каждого из них и даёт методика финансового планирования. Процедура планирования финансов организации осуществляется поэтапно и включает в себя пять этапов, представленных ниже на рис. 1.

На первом этапе проводится анализ финансовых показателей деятельности организации за прошедший период, который даёт возможность оценить финансовые результаты и выявить проблемы. По итогу анализа дается оценка, которая основывается на базе бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках.

В процессе анализа особое внимание уделяется таким показателям, как размер полученной прибыли, процент выполнения запланированного плана.

Второй этап предполагает образование и составление прогнозов. На основе результата анализа деятельности организации, который проводился в предыдущем этапе, составляются прогнозы о

движении денежных средств, а так же формируются прогнозы бухгалтерской отчетности и отчета о прибылях и убытках.



Р и с. 1. Этапы финансового планирования

В процессе третьего этапа, заранее составленные прогнозы вводятся в разработку текущего финансового плана и финансовой стратегии организации, учитываются все намеченные показатели и прорабатываются все проблемы, которые могут возникнуть в работе деятельности организации.

На четвертом этапе, непосредственно, осуществляется само оперативное финансовое планирование, которое основывается в реализации выполнения финансового плана, исполнении определенной стратегии и составленных прогнозов.

И на заключительном, пятом этапе, проводится контроль над выполнением разработанных финансовых планов, а так же наблюдение за процессом деятельности, в целях исправного и бесперебойного состояния организации. Создается и вносится в действие целый ряд контрольных мер за текущей работой организации.

С помощью финансового планирования мы можем корректно и точно рассчитать различные финансовые показатели, а так же определить взаимосвязь между ними [3].

Финансовые показатели носят стохастический и разнвариантный характер, в процессе их планирования используют следующие методы, представленные на рис. 2.



Р и с. 2. Методы финансового планирования

1. Первым является метод экономического анализа, наиболее часто используемый среди других методов. С помощью данного метода можно выявить определенную логику и тенденцию движения различных финансовых показателей. Проанализировав эти показатели можно оценить финансовое состояние организации, увидеть динамику ее развития, выявить определенные проблемы и найти пути их решения, что впоследствии поможет оценить эффективность и доходность деятельности организации. Так же, с помощью метода экономического анализа, а точнее результаты анализа позволят организации найти правильное и обоснованное решение.

2. Смысл нормативного метода заключается в том, что организация заранее рассматривает нормы своей деятельности и на основе полученных данных рассчитывает все нужные финансовые ресурсы, в которых она нуждается. Применяется целая система таких норм: федеральные, региональные, местные (локальные), отраслевые, а также нормативы самой организации [4].

К федеральным нормам относятся: ставки федеральных налогов, тарифная ставка на государственное пенсионное и страховое обеспечение, минимальная оплата труда. Такие нормы являются общеобязательными на всей территории Российской Федерации.

Региональные и местные нормы включает в себя ставки региональных налогов и сборов. Данный норматив действует не на всей территории Российской Федерации, а только на отдельных ее субъекта.

Нормативы, которые используются только в отдельных отраслях, называют отраслевыми.

Под нормативами организации понимают нормы, которые разрабатывает и применяет сама организация, создает она эти нормативы под концепцию и потребности своей деятельности.

3. Для того чтобы определить будущую потребность в финансовых ресурсах организации применяют метод балансовых расчетов, с помощью которого рассчитываются затраты основных статей баланса и поступившие средства, на основе которых прогнозируются потребность организации в средствах.

4. Метод денежных потоков включает в себя анализ и прогнозирование использования денежных средств организации, помимо этого, данный метод предусматривает поступление различных финансовых ресурсов и сопоставление их общей величины с суммой ресурсов прошлых годов.

5. Если организации требуется несколько разновидностей плановых расчетов с различными вариантами выбора, то применяется метод многовариантности расчетов, осуществление которого позволяет разработать предостаточное количество расчетов, чтобы выбрать наиболее подходящий. Так, например, в одном варианте может быть заложен рост процентных ставок и, как следствие, замедление темпов роста экономики и снижение цен на продукцию, а в другом продолжающийся спад производства, инфляция и слабость национальной валюты.

6. Чтобы количественно обозначить взаимосвязь между финансовыми показателями и определёнными факторами применяется метод экономико-математического моделирования. Данная взаимосвязь представляет математическое описание экономических процессов и рассматривается в методах уравнений, графикой или неравенств [5].

Таким образом, финансовое планирование занимает важнейшее место в системе и процессах деятельности организации и оказывает большое влияние на ее финансовую деятельность в целом. Значимость финансового планирования может быть обусловлена несколькими причинами, первая из которых означает то, что в финансовых планах учитываются реальные возможности организации и в связи с этим происходит расчет будущих затрат для того чтобы в будущем поддерживать материально-финансовую сбалансированность и платежеспособность [6].

Вторая причина заключается в том, что статьи финансового планирования прибывают во взаимосвязи со всеми экономическими показателями организации, эффективность и важность которых сказывается на всей работе. Также финансовое планирование тесно связано с бизнес-планом организации, а точнее с такими его



разделами как: научно-техническое развитие, инвестирование, совершенствование процесса работа, повышение эффективности и прибыли организации.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Бережная, Е.В.*, Бережной, В.И., Бигдай, О.Б. Управление финансовой деятельностью предприятий (организаций): Учебное пособие. М.: Инфра-М, 2020. 336с.

2. Финансовое планирование в организациях : учебник / коллектив авторов ; под ред. Л.Г. Паштовой. М.: КНОРУС, 2019. 274 с.

3. *Макашина, О.В.* Бюджетное планирование и прогнозирование: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2020. 247 с.

4. *Пласкова, Н.С.* Финансовый анализ деятельности организации: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2022. 368 с.

5. Долгосрочная финансовая политика организации: учебное пособие / Е.Н. Карпова, О.М. Кочановская, А.М. Усенко, А.А. Коновалов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2022. 193 с.

6. *Маркова, А.А.* Корпоративные финансы // А.А. Маркова, Н.Н. Катайкина, Р.А. Захаркина. Саранск, 2017. 120 с.

#### ПРИМЕНЕНИЕ ФРАНШИЗЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ СТРАХОВОГО РЫНКА

**Мамедова С.Р., студент**

Научный руководитель **Шилкина Т.Е., доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

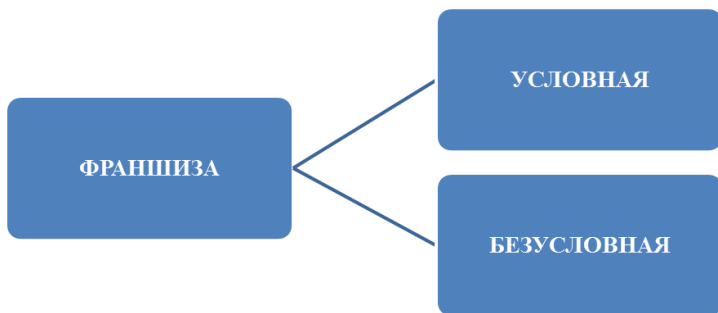
Франшиза довольно новое явление в России. Нужно разбираться и понимать ее суть, для того что бы иметь возможность экономить на цене страхового полиса.

Страховая франшиза – является одним из условий договора, который предусматривает определенную доходность для страховой компании при возмещении убытков.

Франшиза – это инструмент в страховании, при помощи которого уменьшается страховой тариф, а страховая сумма остается прежней. Франшиза – это процент от страховой суммы, который влияет на стоимость страховки.

Франшиза в настоящее время стала необходимой частью большинства страховок. Определение суммы франшизы происходит непосредственно на этапе оформления страхового полиса. Эта сумма, как правило, прописана конкретным размером в рублях или в процентах по отношению к страховой выплате.

Сама франшиза проявляется только при возникновении убытков. В страховании существует два вида франшизы: условная и безусловная (рисунок).



Виды франшизы

Условная франшиза характеризуется тем, что ущерб не возмещается в ее пределах, но когда он превышает сумму франшизы, то подлежит возмещению в полном объеме в пределах страховой суммы. Условная франшиза снижает страховой тариф менее эффективно, чем безусловная.

Существуют еще такие понятия, как временная и регрессионная франшиза. Временная франшиза означает, что контракт, заключаемый в страховой компании, показывает время, в рамках которого у клиента не будет компенсации.

Допустим, этот период – два месяца от подписания контракта, тогда первые 60 дней клиент не будет защищен, при страховом случае. Суть регрессионной франшизы, заключается в том, что фирма будет возмещать всю сумму потерь, и лишь позже требовать оплату франшизы с клиента.

Безусловная франшиза характеризуется тем, что страховое возмещение выплачивается в размере ущерба в пределах страховой суммы за вычетом франшизы. Безусловная франшиза функционирует в течение всего срока страховки и не платится покупателю. Безусловная франшиза может быть: динамической и высокой.

Динамическая франшиза – это вид безусловной франшизы, которая применяется не с первого страхового случая, а со второго и последующих убытков. Размер динамической франшизы увеличивается и может достигнуть максимума – 100%.

Высокая франшиза может быть лишь в тех контрактах, выплата по которым составляет большую сумму. Как правило, не меньше 100 000 \$. Ее принцип заключается в том, что страховая фирма при убытках компенсирует всю их стоимость.

Если убыток меньше суммы франшизы, то хоть при условной, хоть при безусловной франшизе выплаты не будет.

При убытке превышающем сумму франшизы:

– при условной франшизе выплачивается вся сумма;

– при безусловной франшизе выплачивается разница между суммой убытка и суммой франшизы.

Полисы с франшизой наиболее популярны в автостраховании, но существуют и во многих других видах страхования. Например, в страховании путешественников. В этом случае придется самостоятельно оплатить часть расходов при обращении за медицинской помощью в поездке. Используется франшиза и в страховании имущества (квартир и домов), но не так часто. Все дело в том, что франшиза при страховании квартир и домов не влияет на стоимость полиса так существенно как в автостраховании.

Существуют как плюсы, так и минусы страховки с франшизой.

Главным преимуществом полиса с франшизой для страхователя – снижение стоимости страховки. Кроме того, для таких полисов сроки оформления сокращенные, документов, которые необходимо предоставить для страховой, как правило, меньше. Это логично: страховая компания по упрощенной системе оформляет страховые полисы, которые накладывают на нее меньше ответственности. Сокращение сроков оформления и количества документов. Так как страховая компания по полису с франшизой меньше рискует своими финансами, то и оформлять такой полис проще. Часто на это требуется меньше документов, а проверка идет быстрее. Преимуществом для страховой компании является то, что при страховом случае компания платит меньшую сумму, чем по договору без франшизы, а иногда не платит вовсе.

Недостатком заключения договора с франшизой для страхователя является возмещение при страховом случае меньше, чем по страховке без франшизы. Иногда оно отсутствует полностью. Для страховой компании главный минус заключения страховки с франшизой является то, что с франшизой она стоит дешевле, страховая компания получает меньше денег.

Решить для себя нужно ли вам заключать договор страхования с франшизой можно, если думать не о моментальной выгоде. Оцените, насколько высоки ваши риски в страховой период. Наконец, обращайтесь только к проверенным страховщикам. Исчерпывающую информацию вы можете получить у страховых консультантов компаний. Опытный менеджер поможет вам принять окончательное решение о том, какой полис выбрать – с франшизой или без нее. Сайт компании должен содержать подробную информацию о том, как действует полис с франшизой. На сайтах страховщиков полис купить удобно и быстро – вы можете сделать это онлайн, не выходя из дома.

## **СИСТЕМА АНДЕРРАЙТИНГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ СТРАХОВАНИЯ**

**Пономарев Д.М., студент**

**Научный руководитель Шилкина Т.Е., доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

В статье раскрывается бизнес-процесс современного андеррайтинга в страховой деятельности.

Андеррайтинг – это деятельность, которая анализирует и принимает риски на страхование или же его отклоняет, оценивает, разделяет на страховые и не страховые, условий и размеров, определения сроков, проведение операций, а также расчет размеров премий и надбавок.

В наши дни страхование является важной частью безопасности жизнедеятельности общества, которая необходима для будущего как человека, так и экономики.

Одной из главных деятельностей страхования является «андеррайтинг», который переводится как "подписание под" чем-то или под каким-либо аспектом, т.е. принятие конкретного решения. Андеррайтинг – это целый комплекс мероприятий, направленный на определение степени отклонения риска от среднего в целях его обеспечения возможности предложения страховой услуги по параметрам договора, который удовлетворит как страховщика, так и страхователя.

Официальное же определение андеррайтинга озвучили в Международной Ассоциации Страховых Надзоров (IAIS – International Association of Insurance Supervisors) – это такой процесс, осуществляемый служебным агентом страховой компании или сторонним лицом, нанятым ею, на основании которого устанавливается:

- принимать или не принимать на страхование какой-либо определенный риск или группу рисков, существующих у страхователя;

- классифицировать все возможные риски клиентов компании по группам и категориям для получения необходимых статистических данных;

- на каких конкретно условиях нужно заключать договор со страхователем, чтобы не прогореть и получить убытки.

Часто выделяют четыре функции вида в страховой сфере.

1. Оценка и анализ рисков. Все риски характеризуется определенными и конкретными параметрами: количественными (вероятность ущерба, вред, ожидание ущерба и т. д.) и качественными (качество системы противопожарной безопасности, наличие сиг-

нализации, уровень подготовки и опыт работников). Сущность оценки и анализа рисков строится в определении всех его параметров.

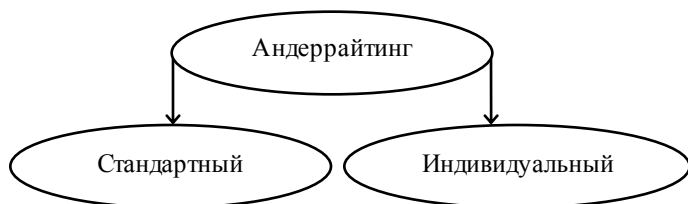
2. Определение страхового тарифа. Тарифы рассчитываются актуально и самостоятельно, а задача андеррайтера состоит в подборе и выборе адекватных коэффициентов повышающих либо понижающих относительно базисного тарифа, в зависимости от специфичности определенного контракта страхования.

3. Определение критерий страхования. Одним из инструментов управления доходностью страховой организации, вместе со страховыми тарифами, являются условия её страхования. Например: широта страхового покрытия и исключения из страховых событий.

4. Формирование выгодного страхового портфеля. Под страховым портфелем обычно понимается: сумма всех страховых брутто-премии, приобретенных либо же начисленных на протяжении андеррайтингового года по некоторому виду страхования или по всем видам страхования, а вычетом расходов на привлечение страхователей (агентские и брокерские вознаграждения) и расходов на ведение дела.

Главные направления развития андеррайтинга в страховании связаны с созданием надежной защиты интересов человека и общества от всех возможных видов рисков, а также сведение всех этих рисков к минимуму.

В сфере страхования Российской Федерации принято выделять 2 основных вида андеррайтинга, которые представлены на рисунке.



Основные виды андеррайтинга в Российской Федерации

Стандартный (первичный) – это процесс оценивает страхуемый объект на предмет его соответствия с типовыми условиями.

Специализированный или индивидуальный – этот вид охватывает большой список мер, который определяет страховые риски по объекту на основе индивидуальных качеств и свойств для нахождения условий, тарифа и величины страхового возмещения, указанного в договоре страхования. Все эти процедуры ведутся страховщиками-андеррайтерами.

Сущность первой разновидности содержится в оценке страхового риска «на местах» конкретно лицом, исполняющим продажу полиса, в том числе страховым представителем или брокером. Сотрудник решает вопрос о заключении или не заключении договора на основании стандартных правил.

Второй и последний тип андеррайтинга предполагает оценку рисков высококвалифицированными штатными или внештатными андеррайтерами. Обычно такой подход используется в конкретных случаях, если принятие решения о целесообразности заключения договора невозможно на месте из-за нестандартного риска, осуществления непопулярного вида страхования и т.д.

В Российской Федерации андеррайтинг в страховании включает в себя такой этап, как предстраховая экспертиза, которая проводится в самом начале - сразу после того, как страхователь подает заявление и все необходимые документы для заключения договора.

Экспертиза перед страхованием может включать оценку риска, основанную:

- на только документы об объекте страхования, представленные страхователем;
- или оба документа и непосредственный личный осмотр объекта экспертом.

Проведение экспертизы осуществляется, в зависимости от конкретной ситуации и степени «стандартности» страхового риска:

- непосредственно продавцом страхового полиса, в том числе, страховым агентом или брокером;
- сюрвейером или сюрвейерской организацией;
- андеррайтером;
- самим страхователем (в редких случаях).

В процессе осуществления предстраховой экспертизы будет:

- выявлено, относится ли объект к категории повышенной вероятности;
- возникновения в отношении него страхового случая;
- оценено, возможна ли минимизация рисков;
- подготовлен письменный отчет о результатах проведенного анализа.

Сущность второго этапа – прогнозирования ущерба – заключается в оценке андеррайтером среднего значения общего размера компенсации, которая будет положена к выплате всем потерпевшим, при отдельно взятом страховом случае.

Андеррайтеру для успешного исполнения данного этапа нужно теоретически создать несколько страховых случаев на объекте и представить:

- сколько человек могут погибнуть;
- сколько получают травмы разной степени тяжести;

– сколько понадобится эвакуировать с места катастрофы, а значит, понести транспортные расходы и др.

Далее необходимо совершить расчет в соответствии с действующими нормативами – какую сумму понадобится выплатить всем этим потерпевшим по каждому страховому случаю и рассчитать среднее значение.

После осуществления предстраховой экспертизы и оценки вероятного размера убытка наступает самый важный шаг – принятие решения андеррайтером о заключении либо незаключении договора.

На данном этапе также утверждаются обстоятельства договора в зависимости от уровня оцененного страхового риска, определяются конкретные числовые значения понижающих, повышающих коэффициентов, устанавливается франшиза и др.

Страхование принадлежит к числу наиболее устойчивым формам защиты финансово-хозяйственной жизни от многочисленных рисков и представляет собой отношения по защите имущественных интересов физических и юридических лиц при наступлении определенных страховых случаев за счет денежных фондов, создаваемых из уплачиваемых ими страховых взносов (страховых премий).

В страховании Российской Федерации андеррайтинг имеет некоторые недочеты. Такие как:

– отсутствие в законодательстве таких терминов, как «андеррайтинг», «андеррайтер» и связанных с ними других определений в нормативных документах. Они попросту не закреплены;

– полное отсутствие узкоспециализированных организаций по подготовке будущих андеррайтеров;

– невозможность в полной мере использовать результаты анализа на практике, этому препятствует жесткая конкуренция и активной демпинговая политика конкурентов;

– отсутствие унифицированных (стандартизированных) методов андеррайтинга и рекомендаций по проведению анализа, закрепленных в законодательстве на российском или международном уровне;

– относительная неспособность полностью сбалансировать интересы сторон страхователя и страховщика;

– в процессе определения страховых тарифов, соответствующих степени страхового риска.

Эксперты предполагают, что, несмотря на наличие многих проблем, андеррайтинг в нашей стране в ближайшие годы будет только расти и развиваться. Выделяют следующие направления совершенствования и дальнейшего развития:

– обеспечение андеррайтеров комфортабельными условиями для работы;

– расширение использования ИТ-составляющей в процессах оценки страховых рисков, проводимых службой андеррайтинга, включая внедрение методов быстрой и безопасной передачи информации между всеми подразделениями страховой компании, участвующими в процессе;

– конфиденциальность информации, полученной в ходе работы;

– предоставление для андеррайтеров всех инструментов, позволяющих им осуществлять эффективный контроль и надзор за деятельностью других андеррайтеров на местах;

– формирование новых типов программного обеспечения, позволяющих проводить четкую оценку страхового риска на основе специального алгоритма без участия человека.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что в нашей стране андеррайтинг осуществляет любая крупная страховая компания с целью извлечения как можно большей прибыли от своей деятельности.

## **АНАЛИЗ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**

**Савелькаева Н.Н., студент**

Научный руководитель **Волгина И.В., доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

В статье раскрываются теоретические вопросы о доходах, расходах и прибыли коммерческого банка, а также проводится анализ финансовых результатов деятельности банка ФК «Открытие».

Прибыль коммерческого банка – это основной финансовый результат деятельности банка, определяемый как разница между всеми доходами и расходами. Если расходы превышают доходы, то этот результат имеет отрицательное значение и его называют убытком.

Формирование и распределение прибыли коммерческого банка обусловлено спецификой банковской деятельности, кругооборотом доходов и расходов банка.

Получение прибыли является основной целью коммерческого банка, так как достаточность уровня прибыли сохраняет капитал банка, формирует основу его выживания, а так же роста в перспективе.

Невозможно оставаться стабильно действующим банком в условиях рыночной конкуренции и неопределенности без пра-



вильного и систематизированного отражения доходов и расходов коммерческого банка невозможен эффективный их анализ, бизнес-планирование деятельности, принятие соответствующих управленческих решений. Как известно, финансовый результат деятельности банка определяется как разница между поступившими доходами и произведенными расходами за отчетный период.

Анализ каждого слагаемого результативного показателя имеет не абстрактный характер, а вполне конкретный, потому что позволяет учредителям и акционерам, а также администрации выбрать наиболее важные направления активизации деятельности организации.

Анализ финансовых результатов деятельности коммерческого банка включает:

1. Исследование изменений каждого показателя за текущий анализируемый период (горизонтальный анализ).
2. Исследование структуры соответствующих показателей и их изменений (вертикальный анализ).
3. Изучение динамики изменения показателей за ряд отчетных периодов (трендовый анализ).
4. Исследование влияния факторов на прибыль (факторный анализ).

Доходы банка – совокупность денежных поступлений, связанных с осуществлением банковской деятельности.

Иными словами это увеличение экономических выгод в форме роста активов или уменьшением обязательств, что так же влечет увеличение капитала.

Валовой доход коммерческого банка состоит из процентного дохода и непроцентных доходов.

Процентные доходы включают в себя: начисленные и полученные проценты по предоставленным кредитам в рублях и иностранной валюте.

Непроцентные доходы: доходы от инвестиционной деятельности (дивиденды по ценным бумагам), доходы от валютных операций, доходы, полученные от участия в совместной хозяйственной деятельности, полученные комиссии и штрафы, прочие доходы.

Расходы коммерческого банка – это затраты денежных средств на осуществление его деятельности, обеспечение функционирования банка.

Группировка расходов банка проводится по аналогии с группировкой доходов с целью оценки финансового результата и уровня прибыльности по каждому из направлений деятельности. Структура доходов и расходов коммерческого банка представлена на рисунке.

Последовательное изложение аналитических процедур доходов

и расходов коммерческой кредитной организации рассмотрим на примере ПАО Банк «ФК Открытие» и рассчитаем следующие показатели:

Абсолютное отклонение:  $\pm \Pi = \Pi_1 - \Pi_0$ ,  
 где  $\Pi_0$  – прибыль базисного периода;  $\Pi_1$  – прибыль отчетного периода;  $\pm \Pi$  - изменение прибыли.

Темп роста:  $\text{Темп роста} = \Pi_1 / \Pi_0 * 100\%$

Структура доходов и расходов:  $\text{УдВ} = \text{Ч} / \text{Ц} * 100$ ,  
 где УдВ – удельный вес; Ч – часть целого предмета; Ц – целый предмет.



Доходы расходы коммерческих банков

Важно отметить, что положительная динамика процентных доходов свидетельствует о нормальной работе банка, а увеличение прочих доходов свидетельствует о расширении спектра услуг коммерческого банка (в частности рост нетрадиционных услуг: факторинг, лизинг, трастовые и другие операции).

При проведении анализа финансовых результатов деятельности банка так же необходимо иметь ввиду, что доход зависит прежде всего от основных операций.

Для увеличения общей суммы доходов банку нужно увеличивать долю доходных активов: краткосрочные и долгосрочные ссуд, кредиты другим банкам, ценные бумаги, паи, акции, факторинг, совместная хозяйственная деятельность.

Для анализа статей доходов и расходов ПАО Банк «ФК Открытие» в динамике возьмем временной интервал с 2020 по 2021 года.

**Динамика состава и структуры доходов и  
расходов ПАО Банк «ФК Открытие»  
за 2020–2021 гг., в млн. руб.**

Наименование статьи	2020		2021		Отклонение		Изменение уд. вес, %
	сумма	уд. вес, %	сумма	уд. вес, %	Абс.	Относ.	
1. Всего доходов в т.ч. :	270 656	100	316 025	100	45 369	17	–
Процентные доходы	137 238	50,7	171 028	54,1	33 790	25	3,4
Прочие процентные доходы	30 936	11,4	35 209	11,1	4 273	14	–0,3
Комиссионные доходы	48 653	18,0	58 295	18,4	9 642	20	0,5
Прочие непроцентные дохо- ды	29 828	11,0	32 135	10,2	2 307	8%	–0,9
Операционный результат по страховой деятельности	11 829	4,4	9 073	2,9	–2 756	–23	–1,5
Операционный результат по пенсионной деятельности	12 172	4,5	10 285	3,3	–1 887	–16	–1,2
2. Всего расходов в т.ч. :	218 685	100	232 766	100	14 081	6%	0,0
Процентные расходы (Создание)/восстановление резерва под кредитные убытки по долговым финан- совым активам	81 530	37,28	84 355	36,2	2 825	3%	–1,0
Комиссионные расходы	13 976	6,39	5 141	2,2	–8 835	–63%	–4,2
Расходы на персонал	21 354	9,76	25 245	10,8	3 891	18%	1,1
Расходы на персонал	59 129	27,04	67 952	29,2	8 823	15%	2,2
Прочие административные расходы	26 789	12,25	28 707	12,3	1 918	7	0,1
Амортизация основных средств, активов в форме права пользования и нема- териальных активов	11 774	5,38	12 843	5,5	1 069	9	0,1
Обесценивание зданий, сооружений и внеоборотных активов	1 047	0,48	582	0,3	–465	–44	–0,2
Обесценивание гудвила	–	–	4 652	2,0	–	–	–
Прочие расходы	3 086	1,41	3 289	1,4	203	7%	0,0

По данным табл. 1 мы видим увеличение доходов на 45 369 миллионов рублей, что в процентном выражении составляет 17%, и увеличение расходов на 2 825, что в процентном выражении составляет 6%.

На подобную динамику оказали влияние следующие факторы: рост процентных доходов на 33 790 миллионов рублей (25%) и рост, в свою очередь, процентных расходов на 2 825 миллионов рублей (3%); рост прочих процентных доходов на 4 273 миллионов рублей (14%).

Сальдо комиссионные доходов и расходов имеют пропорциональную динамику изменения: доходы увеличились на 9 642 миллионов рублей (20%), а расходы выросли на 3 891 миллионов рублей (18%). Таким образом, получено положительное сальдо комиссионные доходов и расходов 5 751 миллионов рублей.

Однако затраты на восстановление резерва под кредитные убытки по долговым финансовым активам в отчетном году сократились на 63% по сравнению с базисным, что в денежном выражении составляет 8 835 миллионов рублей.

А вот операционные доходы по страховой и пенсионной деятельности показали отрицательную динамику. Операционный результат по страховой деятельности сократился 2 756 миллионов рублей (23%), операционный результат по пенсионной деятельности 1 887 миллионов рублей (16%). В следствии чего мы можем наблюдать сокращение их доли в общем объеме доходов кредитной организации на 1,5% и 1,2% соответственно. Данное уменьшение удельного веса является самым значительным во всей структуре доходов.

По непроцентным расходам ПАО Банк «ФК Открытие» присутствует так же тенденция к росту. Увеличились расходы на содержание персонала (+15%) и административные расходы (+7%). А вот по статье «Обесценивание зданий, сооружений и внеоборотных активов» расходы сократились на 44%.

Следующим этапом анализа финансового результата деятельности кредитной организации является оценка динамики величины прибыли под влиянием отдельных статей расходов ПАО Банк «ФК Открытие». Оценку влияния каждой статьи будем оценивать методом абсолютных разниц.

Т а б л и ц а 2

**Динамика уровня доходов и расходов  
ПАО Банк «ФК Открытие» за 2020-2021гг.**

Показатели	2020		2021		Отклонение		Изменению уровня, %
	сумма	уровень, %	сумма	уровень, %	Абс.	Относ.	
Выручка	270 656	100	316 025	100	45 369	17	–
Процентные расходы	81 530	30,1	84 355	26,7	2 825	3	–3,4
(Создание)/восстановление резерва под кредитные убытки по долговым финансовым активам	13 974	5,2	5 141	1,6	–8 835	–63	–3,6
Комиссионные расходы	21 354	7,9	25 245	8,0	3 891	18	0,1
Непроцентные расходы	101 825	37,6	118 025	37,3	16 200	16	–0,3
Прибыль до расходов по налогу на прибыль	51 973	19,2	83 259	26,3	31 286	60	7,1

Исходя из данных табл. 2 проведем расчеты влияния каждого из показателей на прибыль ПАО Банк «ФК Открытие» методом абсолютных разниц, сделаем краткий вывод.

При росте выручки на 45 369 миллионов рублей (17%) прибыль в отчетном году выросла на 8 710 миллионов рублей. С ростом процентных расходов на 3% прибыль сократилась на 10 744 миллиона рублей. Уменьшения расходов на создание резерва на 63% способствовало росту прибыли на 11 376 миллионов рублей. С ростом комиссионных расходов на 18% прибыль сократилась на 94 миллиона рублей. А вот увеличение непроцентных расходов на 16% привело к сокращению прибыли на 16 200 миллионов рублей.

Итак, за рассматриваемый период финансовой результат ПАО Банк «ФК Открытие» показал положительную динамику в 65%. Прибыль кредитной организации увеличилась на 28 061 миллионов рублей. Увеличение расходов является очевидным результатом, что свидетельствует о нормальной работе банка. Кроме того, увеличение процентных доходов, являющихся одним из ключевых видов доходов банка на 25%, вполне способно покрыть основные расходы кредитной организации для осуществления ее финансовой деятельности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Аганбегян, А. Г.* Финансы, бюджет и банки в новой России. М.: Дело, 2018.
2. *Киреев, В.Л.* Банковское дело. Краткий курс: Учебное пособие. СПб.: Лань, 2019.
3. *Стародубцева, Е.Б.* Банковское дело: Учебник для бакалавров / Е.Ф. Жуков, Ю.А. Соколов, Е.Б. Стародубцева; Под ред. Е.Ф. Жукова. М.: Юрайт, 2018.

# ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ЮРИДИЧЕСКИХ НАУК

## ФОРМЫ И СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ НА СОЦИАЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

**Горбунов А.Н., студент**

Научный руководитель **Логутенков А.В., преподаватель**  
*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

В современной правовой науке существует значительное количество позиций ученых относительно вопросов защиты прав граждан.

По мнению С.С. Алексеева защита прав представляет собой государственно-принудительную деятельность, целью которой является восстановление нарушенного права, обеспечение исполнения юридической обязанности [1, с. 378].

Полагаем, что представленное выше понимание защиты прав является достаточно «размытым», неточным. С.С. Алексеев, связывая защиту права с юридической ответственностью, не учитывает, что препятствия, существующие при реализации субъективных прав могут быть разрешены только с участием органов государственной власти.

При этом устранение возможных препятствий к реализации субъективного права, в том числе и на социальную защиту, входит в понятие «защита права».

Переходя к пониманию этимологии слов, «форма» и «способ», мы исходим из того, что в Толковом словаре русского языка прописано: форма – способ существования содержания, неотделимый от него и служащий его выражением. Единство формы и содержания.

Под способом подразумевается тот или иной порядок, образ действий, метод в исполнении какой-нибудь работы, в достижении какой-нибудь цели [2].

Анализ приведенных определений позволяет сделать вывод о взаимосвязи форм и способов защиты прав граждан.

В теории права выделяю две формы защиты права:

– юридическую (юрисдикционную), которая представляет собой защиту нарушенных или оспариваемых прав в области социального обеспечения в судебном и (или) административном порядке;

– неюридическую (не юрисдикционную). Эта форма защиты не связана с обращением заинтересованного лица в компетентные органы исполнительной и судебной власти. Она реализуется через структуры гражданского общества: некоммерческие организации, профессиональные союзы (они призваны защищать права работников), организации ветеранов, инвалидов и другие сообщества. На наш взгляд, к не юрисдикционной форме защиты следует отнести и самозащиту права.

Способ защиты права представляет систему последовательных действий, методов для достижения поставленной цели.

Комплексный характер права социального обеспечения как отрасли российского права позволяет сделать вывод о том, что реализация прав на социальную защиту носит межотраслевой характер правового регулирования.

Многообразие норм о социальном обеспечении приводит к некоторым трудностям выбора гражданами надлежащего способа защиты нарушенного или оспариваемого права [3, с. 349].

Рассмотрим законодательно закреплённые способы защиты прав. Статья 12 Гражданского кодекса Российской Федерации называет способы защиты прав, среди которых: признание права; восстановление положения, существовавшего до нарушения права, и пресечение действий, нарушающих право или создающих угрозу его нарушения; признание оспоримой сделки недействительной и применение последствий ее недействительности, применение последствий недействительности ничтожной сделки; признание недействительным решения собрания; признание недействительным акта государственного органа или органа местного самоуправления; самозащита прав; присуждение к исполнению обязанности в натуре; возмещение убытков; взыскание неустойки; компенсация морального вреда; прекращения или изменения правоотношения; неприменения судом акта государственного органа или органа местного самоуправления, противоречащего закону; иными законодательно установленными способами [4].

В качестве способов защиты прав работников законодатель называет: самозащиту права, защиту прав профсоюзами, государственный контроль (надзор) за соблюдением трудового законодательства, защиту в судебном порядке [5].

Многообразие правовых норм, регулирующих порядок защиты субъективных прав в области социальной защиты, на практике

приводит к проблемам выбора надлежащего способа защиты нарушенного права.

Решение указанной проблемы видится в систематизации, унификации правовых актов, содержащих нормы права социального обеспечения. Кроме того, в целях решения указанной проблемы необходимо усилить контроль и надзор за деятельностью государственных органов и учреждений, осуществляющих реализацию прав граждан на социальную защиту.

Отметим, что форма и способ защиты между собой взаимосвязаны и неотделимы.

Вышесказанное свидетельствует о том, что конкретная форма защиты права включает в себя характерные только для нее способы защиты нарушенного либо оспариваемого субъективного права.

Система форм и способов защиты права выступают как целостный механизм, с помощью которого заинтересованное лицо добивается восстановления нарушенного права.

Применительно к сфере социального обеспечения под защитой прав и законных интересов следует понимать законодательно закрепленную совокупность мер государства, направленных на предотвращение, ликвидацию нарушений прав на социальное обеспечение, а также установление мер ответственности за такие нарушения.

Характеризуя способы защиты прав граждан на социальное обеспечение следует отметить, что такие способы представляют собой совокупность последовательных действий (как правило процедурно-процессуального характера), целью которых является восстановление нарушенного права, устранение всевозможных препятствий к осуществлению субъективных прав, и в конечном счете, реализация права на конкретный вид социального обеспечения.

В теории права выделяют федеральный и региональный уровни защиты прав граждан в том числе и на социальное обеспечение.

Федеральный уровень представлен внесудебной и судебной формами защиты и охраны прав граждан.

Внесудебная форма защиты нарушенного права осуществляется следующими органами и должностными лицами.

Президент РФ, являющийся гарантом прав и свобод человека и гражданина. Президент России законодательством наделен полномочием по рассмотрению обращению граждан. В адрес Президента России в 2020 году поступило 1017425 обращений. В 2020 году выросла по сравнению со всеми периодами доля количества вопросов тематического раздела «Социальная сфера», что в основном связано с деятельностью органов социального обеспечения [6].

Парламент РФ, который осуществляет обеспечение реализации



прав граждан в том числе в сфере социального обеспечения через законодательное регулирование.

Правительство РФ и иные федеральные органы исполнительной власти.

Прокуратура РФ, наделенная полномочиями по контролю и надзору за соблюдением прав и свобод человека и гражданина.

Уполномоченный по правам человека в Российской Федерации.

Аналогичным образом выстроена система охраны и защиты прав граждан на региональном уровне, т.е. включает в себя внесудебную и судебную форму защиты прав.

На региональном уровне судебная защита прав граждан на социальную защиту обеспечивается:

- конституционными (уставными) судами субъектов. Региональная конституционная юстиция в России является малоэффективной системой конституционного правосудия, и фактически отмирает. Например, Конституционный суд Республики Мордовия действовал всего несколько месяцев и был упразднен в 1994 г.;

- мировыми судьями. Деятельность судей общей юрисдикции Республики Мордовия, входящих в единую судебную систему Российской Федерации их статус и полномочия регламентируются законом Республики Мордовия [7].

Организационно-правовой механизм охраны прав граждан во внесудебном порядке на региональном уровне функционирует при содействии следующих органов и (или) должностных лиц:

- органов законодательной и исполнительной власти субъектов РФ. Проявление защитных и охранительных функций максимально проявилось в период распространения новой коронавирусной инфекции COVID-19, например, был принят указ Главы РМ «О введении на территории Республики Мордовия режима повышенной готовности и принятии дополнительных мер по защите населения от новой коронавирусной инфекции (COVID-19)».

- институты уполномоченных по правам человека в субъектах РФ. Наибольшее число обращений, адресованных уполномоченному по правам человека Республики Мордовия связаны с вопросами жилищного законодательства, которые, в сравнении с 2019 годом, уменьшились на 37,2%. Практически на уровне 2019 года остались показатели удельного веса обращений в области социального обеспечения (2020 год – 7,7%, 2019 год – 7,9%), об охране здоровья (2020 год – 5,8%, 2019 год – 6%);

- правозащитные организации и др.

В качестве положительной динамики необходимо отметить нормативно урегулированную позицию о том, что органы государственной власти и учреждения, оказывающие государственные и (или) муниципальные услуги в области социальной поддержки

населения обязаны разъяснять гражданам порядок обжалования своих действий и результатов в юрисдикционном и неюрисдикционном порядке.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Алексеев, С.С.* Проблемы теории права. Т. 1. Свердловск [б.и.], 1972. 401 с.
2. Толковый онлайн-словарь русского языка Ушакова Д.Н.: [Электронный ресурс]. – 2022. – URL: <https://lexicography.online/explanatory/ushakov/c/способ> (дата обращения: 25.03.2022).
3. *Бекетова, Е.Н.* Формы и способы защиты прав граждан в сфере социального обеспечения / Е.Н. Бекетова // Проблемы защиты прав: история и современность: Материалы XIV международной научно-практической конференции / под. ред. Е.Б. Гоголевской. – Санкт-Петербург : Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина, 2020. С. 348–354.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть 1): федер. закон Рос. Федерации от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (с изм. от 29.12.2021 г.): принят Гос. Думой Федер. Собр. Рос. Федерации 21 октября 1994 г. // Собр. законодательства Рос. Федерации. 1994. № 32. Ст. 3301.
5. Трудовой кодекс Российской Федерации: федер. закон Рос. Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ (с изм. от 30.11.2021г.): принят Гос. Думой Федер. Собр. Рос. Федерации 21 декабря 2001г. // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2002. № 1 (ч. 1). Ст. 3.
6. Управление Президента Российской Федерации по работе с обращениями граждан и организаций [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://letters.kremlin.ru/digests/248> (дата обращения: 25.03.2022).
7. О порядке назначения и деятельности мировых судей Республики Мордовия: закон Респ. Мордовия от 17 апреля 2000 г. № 17-3 (с изм. от 22.06.2021г.): принят Гос. Собранием Респ. Мордовия 11 апреля 2000 г. // Известия Мордовии. 2000. № 75.

## ПОНЯТИЕ И ЗНАЧЕНИЕ СТАДИИ СУДЕБНОГО РАЗБИРАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОМ ГРАЖДАНСКОМ СУДОПРОИЗВОДСТВЕ

**Горбунова А.С., студент**

Научный руководитель **Малышкин П.В., доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

Судебное разбирательство является одной из основных стадий гражданского судопроизводства, на которой происходит непосредственное осуществление правосудия по рассмотрению дел в порядке гражданского судопроизводства, представляющей собой основу, на которой держится весь процессуальный механизм гражданского судопроизводства.

Гражданско-процессуальный порядок осуществления судопроизводства регулируется правовыми и процессуальными нормами

действующего гражданского процессуального законодательства и представляет собой определенные стадии российского гражданского судопроизводства.

В российском гражданско-процессуальном праве общепризнанной является точка зрения о делении гражданского судопроизводства на отдельные его стадии, однако в тоже самое время, дискуссионным является вопрос относительно определения их содержания и количества, наиболее распространенной в доктрине гражданского процессуального права является позиция о семи стадиях гражданского судопроизводства:

- 1) возбуждение дела;
- 2) подготовка дела к судебному разбирательству;
- 3) судебное разбирательство дела;
- 4) обжалование и опротестование решений суда и обжалование, и опротестование определений суда, не вступивших в законную силу (апелляция), как стадия российского гражданского судопроизводства;
- 5) пересмотр решений, определений и постановлений суда в кассационном или надзорном порядке, как стадия российского гражданского судопроизводства;
- 6) пересмотр решений суда, определений суда и постановлений суда, вступивших в законную силу по вновь открывшимся или новым обстоятельствам;
- 7) исполнение судебных постановлений [1, с. 121]

Однако можно встретить и другие точки зрения российских ученых-процессуалистов по данному дискуссионному вопросу, так, М.А. Гурвич [2, с. 115] и ряд других ученых-процессуалистов [3, с. 114] предложили выделять пять стадий:

- 1) производство в суде первой инстанции;
- 2) производство в суде второй (кассационной) инстанции;
- 3) производство в суде надзорной инстанции;
- 4) пересмотр по вновь открывшимся обстоятельствам решений, определений, постановлений, вступивших в законную силу;
- 5) исполнительное производство.

Г.Л. Осокина, положив в основу деления российского гражданского судопроизводства на его стадии конкретную цель процессуальной деятельности, ее субъектный состав и ее содержание, а также последствия гражданско-процессуальной деятельности выделяет шесть стадий российского гражданского судопроизводства [4, с. 88].

Основной причиной разногласий российских ученых-процессуалистов по поводу количества стадий российского гражданского судопроизводства является использование ими различных критериев деления гражданского судопроизводства на его стадии.

Для того, чтобы определиться с позицией относительно указанных критериев, попытаемся определить понятие, сущность и признаки, присущие стадии судопроизводства.

Некоторые российские ученые-процессуалисты, специалисты в области гражданского судопроизводства в качестве критериев деления российского гражданского судопроизводства на определенные стадии судопроизводства выделяют следующие признаки:

- 1) определенный круг участников российского судопроизводства;
- 2) собственную гражданско-процессуальную модель;
- 3) специфический характер складывающихся гражданско-процессуальных правоотношений [5, с. 153].

Проведенные российскими учеными-процессуалистами, специалистами в области гражданского судопроизводства научные исследования позволяют определить ряд признаков, свойственных любой стадии российского гражданского судопроизводства:

1) любая стадия российского гражданского процесса (российского гражданского процесса) обязательно представляет собой определенную систему гражданско-процессуальных действий, так как является частью гражданско-процессуальной деятельности [6, с. 136]

2) любая стадия российского гражданского судопроизводства (российского гражданского процесса) имеет собственные цели и задачи, выполнение которых и обуславливает совершение особых гражданско-процессуальных действий участников гражданского процесса (гражданского судопроизводства);

3) любой стадии российского гражданского процесса (российского гражданского судопроизводства) свойственно качественное своеобразие ее содержания, то есть определенная правовая и процессуальная специфика совершаемых гражданско-процессуальных действий участников гражданского процесса (гражданского судопроизводства);

4) любая стадия российского гражданского процесса (российского гражданского судопроизводства) обособлена во времени;

5) результаты любой стадии российского гражданского процесса (российского гражданского судопроизводства) должны быть процессуально закреплены в гражданско-процессуальном документе: судебном определении, судебном решении и т.д.

Исходя из сказанного, «критерием выделения стадий гражданского судопроизводства является совокупность признаков:

- 1) это ее самостоятельное положение в системе гражданской процессуальной деятельности;
- 2) это наличие у нее самостоятельной задачи;
- 3) это качественное своеобразие ее содержания;

- 4) это ее обособленность во времени;
- 5) это процессуальное закрепление результатов ее проведения в процессуальном документе» [7, с. 138].

На основании данных критериев, стадию гражданского судопроизводства можно определить, как совокупность гражданских процессуальных действий участников российского гражданского судопроизводства, совершаемых в определенный период времени, имеющую собственный круг гражданско-процессуальных задач и гражданско-процессуальных целей и отличающуюся качественным своеобразием содержания гражданско-процессуальной деятельности.

Судебное разбирательство как стадия российского гражданского судопроизводства является ключевым элементом гражданско-процессуальной деятельности суда, именно на ней осуществляется правосудие – то есть процессуальная деятельность суда по рассмотрению дел в и гражданско-процессуальная деятельность суда по их разрешению, специфика которой заключается в том, что в ней дело должно быть рассмотрено и разрешено, по существу, в этой связи «задачами судебного разбирательства являются:

- а) правильное установление фактических обстоятельств дела;
- б) точное применение норм права;
- в) вынесение законного, обоснованного решения;
- г) устранение судебных ошибок, допущенных на предыдущих стадиях гражданского судопроизводства» [8, с. 114].

Судебное разбирательство, являясь важной и значимой стадией в российском гражданском судопроизводстве, существенным образом, отличается от других стадий российского гражданского судопроизводства:

– в первую очередь, она отличается от других стадий российского гражданского судопроизводства своими специфическими гражданско-процессуальными целями и гражданско-процессуальными задачами;

– во вторую очередь, она отличается от других стадий российского гражданского судопроизводства своим субъектным специфическим составом;

– в третью очередь, она отличается от других стадий российского гражданского судопроизводства своим специфическим объектом;

– четвертую очередь, данная стадия российского гражданского судопроизводства отличается от других стадий российского гражданского судопроизводства своим специфическим содержанием.

В этой стадии судопроизводства выступают такие ее участники, которых, как правило, нет в других стадиях российского граждан-

ского судопроизводства, например, это свидетели, это эксперты, это специалисты.

Судебное разбирательство, как ключевая стадия российского гражданского судопроизводства завершается, в большинстве случаев ее производства, вынесением от имени Российского государства решения по рассматриваемому и разрешаемому в ходе его проведения делу, при этом суд рассматривая и разрешая его, в соответствии с гражданско-процессуальным законодательством процессуально обязан вынести законное и обоснованное судебное решение.

Процессуальными способами реализации задач стадии судебного разбирательства являются процессуальные действия суда и лиц участвующих в деле, то есть действия субъектов гражданского судопроизводства

Г. А. Жилин, исследуя действия субъектов гражданского судопроизводства, как средства реализации процессуальных целей гражданского судопроизводства в стадии судебного разбирательства, называет прежде всего следующие процессуальные действия субъектов гражданского судопроизводства: 1) действия председательствующего по принятию необходимых мер к обеспечению порядка в судебном заседании; 2) действия председательствующего, связанные с проверкой явки лиц, участвующих в деле, в судебное заседание; 3) действия председательствующего по установлению личности, явившихся участников процесса гражданского судопроизводства; 4) действия председательствующего по удалению свидетелей из зала судебного заседания; 5) действия председательствующего по разъяснению лицам, участвующим в деле, их прав и обязанностей; 6) разрешение судом ходатайств лиц участвующих в деле; 7) действия председательствующего по отложению разбирательства дела [9, с. 166].

Исходя из вышесказанного, можно сделать следующие выводы.

Реализация общих гражданско-процессуальных задач и целей российского гражданского судопроизводства становится возможной при обязательном условии осуществления в гражданском процессе при рассмотрении и разрешении гражданских и иных дел специфических гражданско-процессуальных задач.

Судебное разбирательство является основной стадией гражданского судопроизводства, в ней наиболее полно и ярко проявляют себя все основные принципы гражданского судопроизводства, как организационно-функциональные, так и функциональные принципы.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Гражданский процесс: учебник для бакалавров и магистров / под ред. М.К. Треушникова. М.: Городец, 2021. 832 с.

2. Советское гражданско-процессуальное право / под общ. ред. М. А. Гурвича. М.: Юрид. лит., 1989. 318 с.

3. Решетникова, И.В. Гражданский процесс России: учебник для среднего профессионального образования. / И. В Решетникова, В. В. Ярков. М.: Норма, 2021. 272 с.

4. Осокина, Г.Л. Гражданский процесс России. Общая часть и особенная части: учебное пособие. М.: Норма, 2020. 960 с.

5. Борисова, В.Ф. Процессуальная природа стадии возбуждения гражданских и иных дел в российском гражданском судопроизводстве // Российская юстиция. 2018. № 5. С. 153–161.

6. Малешин, Д.Я. Процессуальная структура гражданской процессуальной деятельности в гражданском судопроизводстве // Вестник Московского университета. Серия: Право. 2017. № 4. С. 136–141.

7. Попондопуло, В.Ф. Судебное разбирательство по гражданским делам в российском гражданском судопроизводстве / В. Ф Попондопуло, Е. В. Слепченко // Гражданский процесс. 2018. № 4. С. 114–119.

9. Жилин, Г.А. Цели российского гражданского судопроизводства и их процессуальная реализация в суде первой инстанции: учебное пособие. М.: Городец, 2020. 316 с.

## **ДУАЛИЗМ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ВЛАСТИ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН**

**Данилов Н.С., студент**

Научный руководитель **Никишова Н.В., доцент**  
*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

Полигическая (государственная) власть – это способность одного человека или группы лиц осуществлять контроль над поведением и действиями как отдельных граждан, так и общества в целом, основываясь на личных, общественных, общенациональных или общегосударственных задачах.

Власть неизбежно возникает на определённой стадии развития общества (при образовании государства), основываясь на естественном законе природы – обязательно есть те, кто подчиняется и те, кто управляет. Она распространяется на всю территорию, занимаемую государством, и базируется на потребностях внешней политической или национальной независимости и безопасности, а также занимается обеспечением охраны частных и общественных прав каждого гражданина.

Из данного определения полигической власти следует, что её представители несут ответственность как перед отдельным гражданином, так и перед обществом в целом. Эта ответственность выражается в основных государственных задачах, реализуемых в абсолютно любых сферах общественной жизни, будь то экономиче-

ская, образовательная, военная или другие. Власть обязана обеспечить безопасность, независимость, сохранность территории своего государства, успешно организовать всевозможные удобства для повседневной уверенной жизни отдельного гражданина, тем самым неся ответственность перед обществом. Этот вид ответственности называется социальным.

Понятия политической власти и социальной ответственности неразрывно связаны друг с другом, а если учитывать, что основным носителем политической власти выступает государство, то и с ним тоже. При анализе социальной ответственности власти с позиции системного метода можно констатировать, что настоящий феномен является открытой системой.

Это подтверждается тем, что мы наблюдаем постоянное взаимодействие данной системы с окружающей средой – получение новой информации от других социальных систем, ее адаптация для дальнейшего использования элементами системы и передача во внешнюю среду накопленного символического капитала (например, в виде политических ценностей) для распространения.

Власть, пытаясь укрепить свои позиции, сделать реальными возможности своего дальнейшего воспроизводства, стремится к проявлению социальной ответственности, которая становится основой непрерывного процессуального развертывания власти.

Социальная ответственность власти представляет собой механизм, с помощью которого она воспроизводит себя. Это понимание властью своих обязательств по принятию и реализации социально значимых решений, которые отвечают ожиданиям объекта власти.

Руднева Е.Л. выделяет два уровня социальной ответственности власти – нормативный и эмпирический. В своей работе она пишет, что «нормативный (субъективный) уровень социальной ответственности – внутренний мотив субъекта власти, который с одной стороны ограничивает властного субъекта в принятии и реализации решений, имеющих иногда негативные последствия для объекта власти, с другой стороны направляет ее на деятельность и реализацию задач, которые представляют интересы объекта власти. Таким образом, ситуация власти находится полностью в кругу интересов ее объекта.

Социальная ответственность власти в рамках эмпирического (объективного) уровня, процесс, направленный на реализацию интересов общества, устойчивое развитие региона, деятельность с точки зрения субъективного понимания того, какие действия и поступки будут восприняты объектом как ответственные, будут соответствовать его представлениям о нравственных ценностях, моральных поступках, а значит, будут одобрены объектом власти.



Проявляя «внешнюю» социальную ответственность, то есть реализуя деятельность, которая отражает ценности объекта власти, удовлетворяет его потребности, власть стремится к повышению своего рейтинга и беспрепятственному воспроизводству» [1, с. 47].

Дуализм социальной ответственности власти вытекает из положения о том, что политическая власть несет ответственность как перед обществом, так и перед другим государством.

В чём же он заключается? Всё дело в том, что интересы самих граждан, проживающих на территории определённого государства, порой не совпадают с международными интересами представителей политической власти этого же государства. На данной почве формируется некий конфликт на уровне государства, вызванный недовольством народа к решению, принимаемым на уровне межнациональных отношений. И очень часто подобное недоброжелательное отношение общества к власти происходит при неправильно принятом решении по какому-либо вопросу [2].

Примером подобных конфликтов может служить приток огромных масс беженцев на территорию конкретного государства. С точки зрения международного права осуществление подобной помощи малообеспеченным зарубежным гражданам является чуть ли не обязательным. Но при этом возникают опасения самого общества, связанные с утратой установившихся традиций, обычаев, культур; тратой бюджетных средств государства, получаемых от граждан в виде налогов, на обеспечение всем необходимым вновь прибывших и т.д., и зачастую сложившаяся ситуация рождает конфликт между властью и народом.

Для урегулирования подобной проблемы государство прибегает к ограничительным мерам к иностранным гражданам, а также к максимальному их количеству, тем самым сводя конфликт на ноль.

К другому примеру проявления дуализма социальной ответственности власти по отношению к населению можно отнести подавление интересов отдельных социальных групп, образующихся в обществе. В современных обществах происходит постоянная борьба государственных органов с левыми движениями и партиями. На первый взгляд кажется, а причём тут вообще дуализм социальной ответственности власти? Но если подробно углубиться в суть данной борьбы, то становится ясно, что перед государством встаёт вопрос, интересы какой из общественных масс стоит выбрать в качестве основной, ведь всем угодить невозможно? Тем самым подавляя интересы одних масс, государство обеспечивает безопасность и сохранность другой, наиболее важной.

Подводя итог, стоит отметить, что социальная ответственность по отношению к власти выступает в двух позициях – как неотчуж-

даемое свойство и как фундамент его деятельности. У политической власти в процессе осуществления своей деятельности возникают трудности, формирующиеся в попытке объединить различные интересы социальных групп в обществе.

Очень проблематично удовлетворить все потребности, беспрерывно возникающие в обществе, на основании чего приходится находить наиболее оптимальное решение, тем самым обеспечив удовлетворённость как можно большей части населения. В этом и заключается основная сущность понятия дуализма в сфере политики. Дуализм в государстве проявляется довольно часто и вызван он столкновением каких-либо противоположных по отношению друг к другу убеждений.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Руднева, Е.Л. Социальная ответственность власти и её процессуальное развёртывание в политических средах / Е.Л. Руднева, Д.В. Чайковский // Социум и власть. 2017. № 3(65). С. 46–51.

2. Палитай, И.С. Социально-экономические и политические запросы граждан в контексте их представлений об идеальной политической власти / И.С. Палитай // Современные социальные процессы в контексте глобализации: Сборник материалов III Международной научно-практической конференции, Краснодар, 14 мая 2021 года. Краснодар: ФГБОУ ВО «КубГУ», 2021. С. 432–438.

#### ДОПРОС С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ВИДЕО-КОНФЕРЕНЦ СВЯЗИ В СУДАХ

Духанина А.С., студент

Научный руководитель Яновский Р.С., доцент

Камчатский филиал АНО ВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»

Использование в судах систем конференц-связи получило широкое распространение, так как с их помощью можно провести заседание с участием граждан, которые живут за много километров от здания суда. Особенно это актуально для лиц, находящихся в местах лишения свободы.

Для их участия в судебном заседании осужденный переводится из исправительного учреждения в следственный изолятор, в связи с чем фактически изменяются условия его содержания. Поэтому использование видеоконференции не только экономит бюджетные деньги и время на этапирование к месту рассмотрения дела, но и отвечает интересам самого осужденного.

Использовать видео-конференц-связь или нет, решает судья по

ходатайству участника процесса. Лицо, содержащееся под стражей, или осужденный, отбывающий наказание в виде лишения свободы, вправе участвовать в судебном заседании путем использования видеоконференции.

При рассмотрении уголовного дела в суде первой инстанции с использованием систем видео-конференц-связи могут быть допрошены только свидетели. На сегодняшний день сложилась такая практика: вопрос об избрании меры пресечения или ее продлении решается при непосредственном участии стороны по делу, в то время как при апелляционном и кассационном обжаловании участие подсудимого обеспечивается посредством видео-конференц-связи.

Обеспечивают работу видео-конференц-связи, как правило, секретари судебного заседания и помощники судей. В том числе по причине того, что при установлении данной системы им разъяснялся порядок ее работы и производилось обучение. Роль судьи неосновного процесса заключается в том, чтобы проверить явку и полномочия. Затем этот судья может удалиться, а заседание продолжится под председательством судьи основного процесса, с которым осуществляется видео-конференц-связь.

Несмотря на высокую оснащенность судов системами конференцсвязи, на практике юристы часто сталкиваются с ее отсутствием. Отказ судов в видеоконференции бывает вызван невозможностью проведения судебного заседания в данном помещении, в пределах рабочего времени с учетом территориальной удаленности участников процесса и разных часовых поясов, большим количеством рассматриваемых дел.

Прерывание видео-конференц-связи нарушает право лица на непосредственное участие в судебном заседании. Даже если проблема не была устранена в ходе процесса, при обжаловании непременно стоит о ней заявить. Такие случаи не остаются без внимания защиты и ложатся в основу апелляционных или кассационных жалоб, на основании которых вышестоящая инстанция отменяет состоявшиеся решения и, как правило, отправляет дело на новое рассмотрение.

Несмотря на удобство системы конференц-связи в судах, юристы рекомендуют хорошенько подумать, прежде чем ходатайствовать о ней. Для сложных споров с большим объемом доказательств использование видеоконференции может быть неоправданным и даже рискованным. Очевидно, что живое общение с судом позволяет представителю и оперативно изложить позицию по спору, и сориентировать суд в материалах дела, и отследить невербальные сигналы. Если же дело строится на человеческом факторе, например, предполагается активный допрос свидетелей, то участие в

видеоконференции практически исключено. Видеосвязь очень сильно искажает коммуникацию со свидетелями, а значит, важные фрагменты их показаний могут быть потеряны либо неверно интерпретированы. В конечном счете в коммерческих делах расходы на командировки даже в самые отдаленные регионы нашей страны оказываются ничтожными по сравнению с теми суммами, которые поставлены на кон. Поэтому попытка сэкономить за счет использования современных технологий связи может привести к печальным результатам.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. «Михайлова А. Видео-конференц-связь в судах: как она работает и какие проблемы с ней возникают» <https://pravo.ru/story/201570/>

### **АДВОКАТ КАК ПРЕДСТАВИТЕЛЬ В СУДЕ ОБЩЕЙ ЮРИСДИКЦИИ**

**Дьяченко Д.С., студент**

Научный руководитель **Яновский Р.С., доцент**

*Камчатский филиал АНОО ВО ЦС РФ «Российский университет  
кооперации»*

Адвокатом является лицо, получившее в установленном Федеральным законом порядке статус адвоката и право осуществлять адвокатскую деятельность.

Адвокат является независимым профессиональным советником по правовым вопросам.

Адвокат не вправе вступать в трудовые отношения в качестве работника, за исключением научной, преподавательской и иной творческой деятельности, а также занимать государственные должности Российской Федерации, государственные должности субъектов Российской Федерации, должности государственной службы и муниципальные должности.

Основные положения, регулирующие адвокатскую деятельность, изложены в Федеральном Законе «Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской Федерации» и «Кодексе профессиональной этики адвоката».

Адвокатской деятельностью является квалифицированная юридическая помощь, оказываемая на профессиональной основе лицами, получившими статус адвоката в порядке, установленном Федеральным Законом «Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской Федерации», физическим и юридическим лицам

(доверителям) в целях защиты их прав, свобод и интересов, а также обеспечения доступа к правосудию.

Разновидностью адвокатской деятельности является представительство.

Кодекс профессиональной этики адвоката предъявляет повышенные требования к адвокату – представителю, которые не могут применяться к другим представителям, оказывающим «правовые услуги».

Полномочия адвоката, участвующего в качестве представителя доверителя в конституционном, гражданском и административном судопроизводстве, а также в качестве представителя или защитника доверителя в уголовном судопроизводстве и производстве по делам об административных правонарушениях, регламентируются соответствующим процессуальным законодательством Российской Федерации.

В действующем гражданском процессуальном кодексе объем полномочий адвоката как представителя по назначению не урегулирован.

В уголовном судопроизводстве адвокат прежде всего ассоциируется с защитником обвиняемого. На этом его участие в уголовном процессе не ограничивается – он может быть представителем потерпевшего, гражданского истца, гражданского ответчика.

Главной задачей адвоката является убеждение суда в своей правоте с помощью имеющихся доказательств и иных обоснованных доводов. Участвуя в установлении истины по делу, адвокат не вправе забывать, что главной его задачей остается оказание правовой помощи своему доверителю, и он не может действовать во вред своему клиенту. Поэтому адвокат должен постоянно направлять действия своего доверителя путем дачи советов, консультаций, оказывать помощь в сборе доказательств, давать им предварительную оценку.

Права адвоката, названные в семи пунктах 3 части 6 ст. 6 ФЗ «Об адвокатской деятельности и адвокатуре в РФ» сводятся к четырем:

1. Собирать сведения, необходимые для оказания юридической помощи, в том числе запрашивать справки, характеристики и иные документы от органов государственной власти, органов местного самоуправления, а также общественных объединений и иных организаций. Указанные органы и организации в порядке, установленном законодательством, обязаны выдать адвокату запрошенные им документы или их заверенные копии не позднее чем в месячный срок со дня получения запроса адвоката.

2. Беспрепятственно встречаться со своим доверителем наедине, в условиях, обеспечивающих конфиденциальность (в том

числе в период его содержания под стражей), без ограничения числа свиданий и их продолжительности.

3. Фиксировать (в том числе с помощью технических средств) информацию, содержащуюся в материалах дела, по которому адвокат оказывает юридическую помощь, соблюдая при этом государственную и иную охраняемую законом тайну.

4. Совершать иные действия, не противоречащие законодательству Российской Федерации.

## **СУДЕБНОЕ ЗАСЕДАНИЕ КАК ФОРМА СУДЕБНОГО РАЗБИРАТЕЛЬСТВА ПРИ РАССМОТРЕНИИ И РАЗРЕШЕНИИ ДЕЛ В РОССИЙСКОМ ГРАЖДАНСКОМ СУДОПРОИЗВОДСТВЕ**

**Жильцова А.М., студент**

Научный руководитель **Малышкин П.В., доцент**

*Саранский кооперативный институт (филиал) РУК*

Судебное заседание, как форма судебного разбирательства по рассмотрению и разрешению дел, в соответствии с процессуальными нормами ст. 155 ГПК Российской Федерации происходит с обязательным извещением о времени и о месте заседания лиц, участвующих в нем [1, с. 102].

Относительно составных частей судебного заседания, как процессуальной формы судебного разбирательства при рассмотрении дел в гражданском судопроизводстве в доктрине науки российского гражданского процессуального права нет единого мнения российских ученых-процессуалистов, специалистов в области гражданского судопроизводства, так, например, известный ученый-процессуалист, специалист в области гражданского судопроизводства, Г. Л. Осокина выделяет три части судебного заседания, основными из которых являются следующие:

- 1) подготовительная часть;
- 2) основную часть;
- 3) заключительную часть [1, с. 103].

В составе основной части судебного заседания, как процессуальной формы судебного разбирательства по рассмотрению и разрешению дел, известный ученый-процессуалист, специалист в области гражданского судопроизводства, Г. Л. Осокина выделяет следующие ее части:

- 1) доклад дела, как раздел основной части судебного заседания;

2) объяснения участвующих в деле лиц, как раздел основной части судебного заседания;

3) исследование доказательств, как раздел основной части судебного заседания;

4) заключение прокурора и органа управления, как раздел основной части судебного заседания.

Заключительную часть судебного заседания, как процессуальной формы судебного разбирательства по рассмотрению и разрешению дел, составляют два раздела:

1) судебные прения, как раздел заключительной части судебного заседания;

2) принятие и объявление судебного акта, как раздел заключительной части судебного заседания.

Подобная структура судебного заседания, как процессуальной формы судебного разбирательства по рассмотрению и разрешению дел, отражает в то же самое время процессуальное содержание судебного разбирательства, как судебно-процессуальной деятельности суда по рассмотрению и разрешению дел, причем каждая составная часть судебного заседания выполняет строго определенную гражданско-процессуальную функцию.

Подготовительная часть судебного заседания, как процессуальной формы судебного разбирательства по рассмотрению и разрешению дел также представляет собой определенную процессуальную деятельность его субъектов, непосредственно направленную на выявление потенциальной процессуальной возможности суда по рассмотрению и разрешению дела.

Основная же часть судебного заседания, как процессуальной формы судебного разбирательства по рассмотрению и разрешению дел представляет собой определенную процессуальную деятельность его субъектов, направленную на рассмотрение гражданского или иного дела по существу в порядке гражданского судопроизводства.

А заключительная часть судебного заседания, как процессуальной формы судебного разбирательства по рассмотрению и разрешению дел представляет собой процессуальную деятельность его субъектов, направленную на разрешение гражданского дела или иного дела по существу» [1, с. 103].

Известнейший российский ученый-процессуалист, специалист в области гражданского судопроизводства, М. К. Треушников, полагает, что судебное заседание, как процессуальная форма судебного разбирательства по рассмотрению и разрешению дел, в котором происходит разбирательство и разрешение гражданского или иного дела в порядке гражданского судопроизводства, состоит из

четырёх его частей, которые имеют при этом определённую гражданско-процессуальную самостоятельность.

Но вместе с тем все составные части судебного заседания, как процессуальная форма судебного разбирательства по рассмотрению и разрешению дел тесно в порядке гражданского судопроизводства непосредственно связаны друг с другом и образуют единую стадию гражданского судопроизводства, к ним соответственно относятся следующие из них:

- 1) это подготовительная часть;
- 2) это рассмотрение дела по существу;
- 3) это судебные прения;
- 4) это постановления и оглашения решения суда» [2, с. 234].

В тоже самое время другие известные российские ученые-процессуалисты, специалисты в области гражданского судопроизводства М. А. Викут и И. М. Зайцев подразделяют судебное заседание, как процессуальную форму судебного разбирательства по рассмотрению и разрешению дел в порядке гражданского судопроизводства на следующие составные части (этапы):

- 1) на подготовительную часть заседания, как первую часть судебного заседания;
- 2) на рассмотрение дела по существу, как вторую часть судебного заседания;
- 3) на судебные прения, как третью часть судебного заседания;
- 4) на заключение прокурора, как четвертую часть судебного заседания;
- 5) на постановление судом решения и оглашение решения суда, как пятую часть судебного заседания [3, с. 201].

В процессе проведения судебного заседания в соответствии с процессуальными нормами российского процессуального законодательства в обязательном законодательном процессуальном порядке производится его процессуальная фиксация посредством ведения и составления протокола судебного заседания, который представляет собой гражданско-процессуальный документ, в котором в соответствии с нормами российского гражданского процессуального законодательства должен быть отражен весь ход проводимого судебного заседания.

С целью обеспечения полноты, объективности и точности составления протокола судебного заседания и суд имеет право и возможности в соответствии с нормами российского процессуального законодательства использовать различные технические средства процессуальной фиксации, применение которых при его составлении позволяет максимально достоверно отразить в протоколе судебного заседания его ход и результаты по рассмотрению и разрешению дел в порядке гражданского судопроизводства.



При этом факт использования технических средства процессуальной фиксации хода и результатов судебного заседания в соответствии с нормами российского гражданско-процессуального законодательства необходимо обязательно зафиксировать процессуально в протоколе судебного заседания.

В Верховном Суде России достаточно давно, с начала нулевых годов применяется автоматизированная система процессуального протоколирования судебных заседаний по рассмотрению и разрешению гражданских или иных дел в процессе гражданского судопроизводства, подобная практика протоколирования нуждается в дальнейшем ее распространении в российской судебной системе.

В протоколе судебного заседания в случаях при использовании технических средства процессуальной фиксации его хода и его результатов должно быть обязательно указано на использование данных технических средств для процессуальной фиксации хода и результатов судебного заседания, кроме того материальный носитель информации об их использовании должен быть обязательно процессуально приобщен к протоколу судебного заседания.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Осокина, Г.Л.* Гражданский процесс России. Общая часть и особенная части: учебное пособие. М.: Норма, 2020. 960 с.
2. Гражданский процесс в Российской Федерации: учебник для бакалавров и магистров / под ред. М. К. Треушникова. М.: Городец, 2021. 832 с.
3. *Викут, М.А.* Гражданский процесс Российской Федерации: учебник для бакалавров / М. А. Викут, И. М. Зайцев. М.: Юрист, 2019. 384 с.

# СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие .....	3
-------------------	---

## **БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ: ИСТОРИЯ, СОВРЕМЕННОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

<i>Гульняшкина П.В.</i> Корреляционный и регрессионный анализ в аналитической работе .....	4
<i>Данилова В.А.</i> Трансформация бухгалтерского учета.....	9
<i>Дурова К.А.</i> Инновационный аудит и этапы его реализации .....	14
<i>Мальцев Н.Д.</i> Экономический анализ в бизнес-планировании.....	19
<i>Мартышина О.И.</i> Актуализация проведения аудиторских проверок .....	26
<i>Хмелева О.В.</i> Механизм реализации управленческого учета основных бизнес-процессов на предприятиях АПК .....	31

## **КООПЕРАТИВНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ЭКОНОМИКЕ**

<i>Аксенова М.Ю.</i> Роль малого предпринимательства в современной цифровой экономике .....	37
<i>Кондратьев В.Р.</i> Меры поддержки бизнеса в условиях санкционного давления.....	42

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ**

<i>Гербер Э.А., Рогачева А.И., Коробова В.П.</i> Студенческий экологический туризм в Камчатском крае.....	45
<i>Гульняшкина П.В.</i> Повышение эффективности управления организацией.....	47
<i>Зухуров Ф.З.</i> Нормативно-правовая база внешнеэкономической деятельности ПАО «Нижнекамскшина» в условиях либерализации .....	51
<i>Зухуров Ф.З.</i> Организация и техника внешнеторговых операций в условиях либерализации внешнеэкономической деятельности коммерческих предприятий.....	54
<i>Зухуров Ф.З.</i> Организация и управление внешнеторговой деятельностью коммерческого предприятия .....	57
<i>Зухуров Ф.З.</i> Внешнеторговая деятельность предприятий в условиях либерализации внешнеэкономической деятельности.....	60
<i>Корнеева А.И.</i> ESG-инвестирование в управлении коммерческими организациями.....	63

<i>Куриной Д.О., Гербер Э.А.</i> Основные мероприятия, способствующие развитию бренда Камчатского края .....	68
<i>Ларин Д.М., Коробова В.П.</i> Особенности рынка услуг по временной передержке домашних животных Камчатского края .....	71
<i>Меркулова М.В., Сёмкина А.А.</i> Заимствования в русском языке.....	74
<i>Нигматзянова Р.Р.</i> Информационно-методические основы исследования имиджа организации.....	77
<i>Нигматзянова Р.Р.</i> Методические основы формирования имиджа организации.....	81
<i>Нигматзянова Р.Р.</i> Развитие теоретических взглядов на имидж организации.....	85
<i>Нигматзянова Р.Р.</i> Стратегия формирования имиджа организации.....	88
<i>Прудскова А.А.</i> Стратегический менеджмент – необходимый элемент системы управления.....	91
<i>Фаттахова Л.Ф.</i> Современные методы мотивации персонала .....	93

### **ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ**

<i>Гульняшкина П.В.</i> Порядок исчисления и уплаты страховых взносов в РФ.....	97
<i>Данилова В.А.</i> Методы государственного регулирования экономики.....	101
<i>Данилова В.А.</i> Нормативные правовые акты в системе обеспечения налоговой безопасности государства.....	104
<i>Дурова К.А.</i> Финансовое планирование как ключевой фактор в деятельности коммерческих организаций.....	108
<i>Мамедова С.Р.</i> Применение франшизы в современных условиях страхового рынка .....	113
<i>Пономарев Д.М.</i> Система андеррайтинга в современных условиях страхования .....	116
<i>Савелькаева Н.Н.</i> Анализ доходов и расходов коммерческого банка.....	120

### **ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ЮРИДИЧЕСКИХ НАУК**

<i>Горбунов А.Н.</i> Формы и способы защиты прав на социальное обеспечение.....	126
<i>Горбунова А.С.</i> Понятие и значение стадии судебного разбирательства в российском гражданском судопроизводстве.....	130
<i>Данилов Н.С.</i> Дуализм социальной ответственности власти как социальный феномен.....	135
<i>Духанина А.С.</i> Допрос с использованием видео-конференц связи в судах.....	138
<i>Дьяченко Д.С.</i> Адвокат как представитель в суде общей юрисдикции .....	140
<i>Жильцова А.М.</i> Судебное заседание как форма судебного разбирательства при рассмотрении и разрешении дел в российском гражданском судопроизводстве.....	142

**Научное издание**

**«МОЛОДЕЖЬ И КООПЕРАЦИЯ»**

**Материалы XIV Межвузовской студенческой  
научно-практической конференции**

**(Саранск, 26апреля 2022 г.)**

*Публикуется в авторской редакции*

Компьютерная верстка Л.Н. Чебаковой

Подписано в печать 25.05.22. Формат 60 × 84 1/16.  
Усл. печ. л. 8,60. Тираж 100 экз. Заказ .

АНО ВПО ЦС РФ «Российский университет кооперации»  
Саранский кооперативный институт (филиал).  
430027, г. Саранск, ул. Транспортная, 17.

Отпечатано с оригинал-макета заказчика  
в ООО «Типография «Рузаевский печатник».  
431444, г. Рузаевка, ул. Трынова, 67а.