



СибАК
www.sibac.info

ISSN 2310-4082

СХІV СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

№6(114)



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ ХХІ СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

г. НОВОСИБИРСК, 2022



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

*Электронный сборник статей по материалам CXIV студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 6 (114)
Июнь 2022 г.

Издается с октября 2012 года

Новосибирск
2022

УДК 33.07
ББК 65.050
Н34

Председатель редколлегии:

Дмитриева Наталья Витальевна – д-р психол. наук, канд. мед. наук, проф., академик Международной академии наук педагогического образования, врач-психотерапевт, член профессиональной психотерапевтической лиги.

Редакционная коллегия:

Елисеев Дмитрий Викторович – канд. техн. наук, доцент, бизнес-консультант Академии менеджмента и рынка, ведущий консультант по стратегии и бизнес-процессам, «Консалтинговая фирма «Партнеры и Боровков»;

Ковнер Владимир Леонидович – канд. экон. наук, консультант бизнес проектов по экономике, планированию, рискам и менеджменту;

Сальникова Кристина Владимировна – канд. экон. наук, доц. кафедры Менеджмента Ижевского Государственного Технического Университета им. М.Т. Калашникова.

Н34 «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки»:
Электронный сборник статей по материалам СХIV студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК». – 2022. – № 6 (114) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://sibac.info/archive/economy/6\(114\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/6(114).pdf).

Электронный сборник статей по материалам СХIV студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

Статьи сборника «Научное сообщество студентов. Экономические науки»: размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ББК 65.050

ISSN 2310-4082

© ООО «СибАК», 2022 г.

Оглавление

| | |
|---|-----------|
| Секция «Маркетинг» | 5 |
| ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА КОНКУРЕНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА ДЛЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ B2B НА ПРИМЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ (ПО МАТЕРИАЛАМ КОМПАНИИ ООО «ЭКОЛАЙН») Кургулова Светлана Константиновна | 5 |
| Секция «Менеджмент» | 9 |
| ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ СНИЖЕНИЯ РАСХОДОВ ИНФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТОВ ПАО АКБ «ПРИМОРЬЕ» Белобровик Фаина Юрьевна Недолужко Ольга Вячеславовна | 9 |
| РОЛЬ ЛИДЕРСТВА В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ БИЗНЕСА Саулетбек Мади Максутулы Нургалиева Куралай Оразгалиевна | 16 |
| Секция «Экономика» | 22 |
| РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТОГУССКОМ НАСЛЕГЕ ВИЛЮЙСКОГО УЛУСА Евсеева Сардаана Петровна Борисов Василий Дмитриевич | 22 |
| ОТТОК ИЗ СЕЛЬСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ В ГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ МО «ВИЛЮЙСКИЙ УЛУС (РАЙОН)» Егорова Сабира Александровна Борисов Василий Дмитриевич | 33 |
| КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЛОГА НА ИМУЩЕСТВО ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ИХ ЛИКВИДАЦИИ Ерастова Анастасия Евгеньевна | 43 |
| НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Заволокина Анастасия Руслановна | 50 |
| ТРЕНДЫ В НЕДВИЖИМОСТИ НА РЫНКЕ РФ Ивойлов Илья Андреевич | 53 |
| РОЛЬ КОНКУРЕНЦИИ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ Исмагилова Зарина Эмилевна Нигматзянова Лейсан Ринатовна | 59 |
| ПРОБЛЕМЫ, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА Карасева Светлана Сергеевна | 65 |

| | |
|---|-----|
| ЗАВИСИМОСТЬ СРЕДНЕВЗВЕШЕННОЙ СТОИМОСТИ КАПИТАЛА (WACC) ОТ СЦЕНАРНОГО ВЫБОРА ДОЛГОВОЙ НАГРУЗКИ НА ОСНОВАНИИ ДАННЫХ, ПОЛУЧЕННЫХ ИЗ ТЕРМИНАЛА THOMPSON REUTERS (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ APPLE) Кочетков Илья Михайлович | 76 |
| ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ В XXI ВЕКЕ Куклина Ксения Сергеевна Могуев Борис Дмитриевич | 82 |
| ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА Лантратова Алёна Сергеевна Купреева Наталья Юрьевна Шматков Руслан Николаевич | 87 |
| ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ХОДЕ АУДИТА РАСЧЕТОВ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ Леонтьева Маргарита Анатольевна Макарьева Виктория Юрьевна | 93 |
| УПРАВЛЕНИЕ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ Мамилов Джабраил Шамсудинович Филимонцева Елена Михайловна | 99 |
| ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРЫ РЕСЕЙЛА НА РЫНОК ОДЕЖДЫ В РОССИИ Орешкин Максим Алексеевич Комаров Алексей Валерьевич | 105 |
| АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ЖИЛИЩНОГО КОНТРОЛЯ В 2022 ГОДУ Петров Сергей Николаевич | 113 |
| РОЛЬ НАЛОГОВ В ФОРМИРОВАНИИ ДОХОДА БЮДЖЕТА Платонова Вероника Михайловна | 117 |

СЕКЦИЯ «МАРКЕТИНГ»

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА КОНКУРЕНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА ДЛЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ B2B НА ПРИМЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ (ПО МАТЕРИАЛАМ КОМПАНИИ ООО «ЭКОЛАЙН»)

Кургулова Светлана Константиновна
магистрант,
кафедра маркетинга, рекламы
и связей с общественностью,
Новосибирский государственный университет
экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: kurgulovas@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В данной статье мы рассмотрим необходимость присутствия бизнеса в социальных медиа, анализ конкурентов в социальных медиа и выделим метрики, которые мы использовали для анализа на примере организации.

Ключевые слова: социальные медиа, присутствие в социальных медиа, социальные сети, социальный маркетинг, конкретный анализ.

В настоящее время социальные медиа укрепились в нашей жизни. Мир социальных медиа постоянно развивается, современный человек уже не может представить свою жизнь без них. Поэтому бизнесу необходимо присутствовать в социальных медиа, чтобы взаимодействовать с целевой аудиторией и отслеживать поведение потребителей и их реакцию на компанию.

Так, бизнесу для коммуникации, продвижении товара и бренда следует присутствовать на популярных медиаресурсах.

Одной из проблем использования социальных медиа в бизнесе является оценка эффективности применения данного инструмента. Для того, чтобы понять,

насколько эффективно компания использует социальные медиа, необходимо сравнить ее с той же деятельностью конкурентов. Сравнив себя и конкурентов, можно определить вектор развития и повысить эффективность бизнеса [1].

Мы выделили несколько метрик для анализа конкурентов в социальных медиа:

1. Присутствие в социальных медиа – social media presence (SMP) – по данному индикатору можно судить о присутствии в социальных медиа какой-либо организации. Для этого нужно найти все социальные медиа, где есть ваш конкурент [3].

2. Охват аудитории в социальных медиа – social media outreach (SMO) – количество людей, ознакомившиеся с информацией в социальных медиа. Это могут быть посетители сайта, люди, смотревшие контент. Но данный показатель сложно рассчитать, так как сложно рассчитать уникальных пользователей, просмотревших контент, поэтому данная метрика представляет собой охват аудитории [2].

3. Индекс вовлеченности – Engagement Rate (ER) – это коэффициент социальных сетей, рассчитывающий вовлеченность в определенное время. Для этого нужно рассчитать все реакции и разделить на количество постов за период и умножить на 100% [3].

4. Частота публикаций – С помощью данной метрики мы можем определить частоту коммуникаций с аудиторией.

5. Количество подписчиков – данный показатель важен для определения лояльной аудитории.

6. Медиаиндекс – показатель цитируемости в социальных медиа и реакция пользователей на него и заметность данной информации в медиополе [1].

Рассмотрим на примере организации ООО «Эколайн», компания, занимающаяся поставкой вентиляционного оборудования для застройщиков. Мы использовали для конкурентного анализа эти 6 метрик. И результаты оформили в таблицу 1.

Таблица 1.**Анализ компании и ее конкурентов**

| Параметр | Эколайн | Конкурент 1 | Конкурент 2 | Конкурент 3 |
|------------------------------------|--|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Присутствие в социальных медиа | Фламп 2ГИС | 2ГИС Вконтакте | 2 ГИС Фламп Вконтакте | 2 ГИС Фламп Вконтакте |
| Охват аудитории в социальных медиа | Нет, так как компания не публикует контент | ~50 | ~500 | ~45 |
| Индекс вовлеченности | Нет | 4.2% | 2.3% | 6.6% |
| Частота публикаций | Нет | Каждые 5 дней | Не ведется с марта 2021 года | Каждые три дня |
| Количество подписчиков | Нет | 162 | 691 | 398 |
| Медиаиндекс | Компания не упоминалась в СМИ | Компания не упоминалась в СМИ | Компания не упоминалась в СМИ | Компания не упоминалась в СМИ |

Таким образом, мы видим, что никто из конкурентов не проявляет социальной активности. Компании-конкуренты присутствуют в малом количестве социальных медиа, в основном это агрегаторы. Также те компании, что публикуют контент в социальных сетях, то он отличается доступностью для потребителей (отзывы, фото работ, информация о компании и ценах). Также контент отличается периодичностью. Из недостатков крайне мало экспертного и развлекательного контента, также нет единого визуала и отсутствие побуждения аудитории к диалогу.

Таким образом, мы апробировали данные метрики и проанализировали конкурентов. Оценка конкурентов в медиапространстве дает возможность понять вектор развития бизнеса, что привлекает вашу целевую аудиторию, смотреть реакцию аудитории. Также можно найти новые точки контакта с потенциальными потребителями и отследить их реакцию на продукцию конкурентов.

Список литературы:

1. Как анализировать конкурентов в соцмедиа: задачи, метрики и кейсы // vc.ru URL: <https://vc.ru/marketing/396301-kak-analizirovat-konkurentov-v-socmedia-zadachi-metriki-i-keysy> (дата обращения: 08.05.2022).

2. Краткое руководство по медианализу и оценке эффективности PR // АКООС
URL: <https://www.akospr.ru/evgenij-larionov/#> (дата обращения: 08.05.2022).
3. Палачева Юлия Алексеевна Использование метрик для анализа социальных сетей: проблемные вопросы, количественные методы оценки, выбор показателей эффективности // PolitBook. 2021. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-metrik-dlya-analiza-sotsialnyh-setey-problemnye-voprosy-kolichestvennyye-metody-otsenki-vybor-pokazateley-effektivnosti> (дата обращения: 08.05.2022).

СЕКЦИЯ
«МЕНЕДЖМЕНТ»

**ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ СНИЖЕНИЯ РАСХОДОВ
ИНФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТОВ ПАО АКБ «ПРИМОРЬЕ»**

Белобровик Фаина Юрьевна
студент,
кафедра экономики и управления,
Владивостокский государственный
университет экономики и сервиса,
РФ, г. Владивосток
E-mail: faina010@mail.ru

Недолужко Ольга Вячеславовна
научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Владивостокский государственный
университет экономики и сервиса,
РФ, г. Владивосток

**ECONOMIC JUSTIFICATION FOR REDUCING THE COST
OF INFORMING CUSTOMERS OF PJSC JSCB "PRIMORYE"**

Faina Belobrovik
student,
Department of Economics and Management,
Vladivostok State University of Economics and Service,
Russia, Vladivostok

Olga Neluzhko
candidate of Sciences in Economics,
associate professor,
Vladivostok State University of Economics and Service,
Russia, Vladivostok

АННОТАЦИЯ

Информирование клиентов – предоставление информации о проведенных операциях по имеющимся у клиента счетам. Информирование клиентов является обязательным условием ведения своей деятельности, предусмотренным законодательством РФ, закон «О национальной платежной системы».

Банковские организации платно предоставляют определенный список услуг информирования, но не с целью заработка, а с целью частичной компенсации своих расходов, Банку необходимо предоставить бесплатные сервисы для клиента, но также дополнительно и платные, данные условия должны быть уточнены в договоре, заключенном с клиентом. Применение Push-уведомлений позволит сэкономить около 70%.

ABSTRACT

Informing clients – the discovery of information about the operations performed on specific cases from clients. Informing customers is a prerequisite for doing business, a prerequisite for the presence of the Russian Federation, the law "On the National Payment System".

Banking organizations require a list of information services for a fee, but do not pursue the goal of earning money, and in order to partially realize their expenses, the use of push notifications allows you to save about 70%.

Ключевые слова: информирование, расходы, push-уведомления, смс-информирование, снижение расходов, коммерческий банк.

Keywords: informing, expenses, push notifications, SMS informing.

Информирование клиентов – это предоставление информации о проведенных операциях по имеющимся у клиента счетам. Информирование клиентов является обязательным условием ведения своей деятельности, предусмотренным законодательством РФ, закон «О национальной платежной системы».

Законодательство обязывает банковские организации уведомлять клиентов о совершении каждой операции по платежной карте, согласно Федеральному закону "О национальной платежной системе" от 27.06.2011 N 161-ФЗ.

Банковские организации платно предоставляют определенный список услуг информирования, но не с целью заработка, а с целью частичной компенсации своих расходов. Банку необходимо предоставить бесплатные сервисы для клиента, но также дополнительно и платные, данные условия должны быть

уточнены в договоре, заключенном с клиентом. Применение Push-уведомлений позволит сократить расходы приблизительно 70%.

Снижение расходов – меры, которые предлагаемые для сокращения величины расходов и увеличения прибыльности за счет этого.

Актуальность выбранной темы состоит в поиске альтернативы частичного замещения смс-информирования для снижения статьи расходов.

Целью исследования является расчёт эффективности предлагаемого способа информирования, а также продукт, готовый к внедрению.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

- раскрытие теоретических основ снижения расходов предприятия;
- анализ расходов информирования клиентов предприятия;
- диагностика кризисного состояния;
- описание проекта мероприятий по снижению расходов;
- экономическая характеристика;
- проведение отраслевого анализа;
- экономическое обоснование мероприятия.

Объектом исследования является ПАО АКБ «Приморье». Основными видами деятельности, формирующими доходы, являются кредитование, операции с ценными бумагами, а также банковские услуги, приносящие комиссионный доход.

Предмет исследования – финансовая отчетность, внутренние документы и данные ПАО АКБ «Приморье».

Практическая значимость работы заключается в том, что на основании проведенного анализа и предложенных материалов ПАО АКБ «Приморье» может успешно применять предложенный способ по наименьшей стоимости.

Источниками информации для выполнения исследования послужили нормативные документы, внутренняя отчетность организации ПАО АКБ «Приморье», а также специализированные учебные пособия и материалы периодической печати.

Отдел банковских карт в первую очередь специализируется на выпуске зарплатных и индивидуальных карт физическим лицам, а также бизнес карты для юридических лиц. Для отдела специализирующемся на выпуске важны данные не только по количеству выпуска, но также по количеству активных карт, которыми пользуются клиенты. Данные по количеству активных карт по статистике на 1 января 2020 года, 2021 года и 2022 года представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Количество активных карт

В штуках

| Виды карт | Количество активных карт | | |
|----------------------|--------------------------|---------------|---------------|
| | на 01.01.2020 | на 01.01.2021 | на 01.01.2022 |
| Зарплатные карты | 32585 | 34345 | 37569 |
| Индивидуальные карты | 183847 | 21693 | 25364 |
| Итого | 51432 | 56038 | 62933 |

Согласно данным анализа, наблюдается рост активных карт. ПАО АКБ «Приморье» вводит новые акции, улучшает качество обслуживания и улучшает условия тарифов. 15 декабря 2021 года были введены новые тарифы и ежемесячно вносятся корректировки. С 1 мая 2022 года введены новые условия по пенсионным картам, которые выше тех, что предлагают другие банки: 10% на остаток, бесплатное обслуживание и 1% кэш-бэк. ПАО АКБ «Приморье» активно заключает зарплатные проекты, предлагая выгодные условия организациям.

Так как наблюдается рост активных карт, следовательно, расходы на информирование клиентов также возрастают и превышают доходы, полученные от предоставления платных услуг, поэтому важно найти способ альтернативы для снижения их, без риска уменьшения качества предоставления данных услуг.

Push-уведомления – всплывающие уведомления, современный способ информирования о проведенных операциях. Вмещают в себя неограниченное количество символов, также позволяют отправлять ссылки, а также рисунки и картинки. Данный вид уведомлений осуществляется через установленное мобильное приложение.

Общее количество клиентов банка, имеющих карточные счета составляет 53893 человека. Среди них, клиенты, зарегистрированные в мобильном приложении ПАО АКБ «Приморье» 25099 человек. Клиенты, имеющие смс-информирование 42872 человека. Клиенты с активной картой и подключенным телебанком – 48229 человек.

Средняя стоимость одного СМС-сообщения, согласно тарифам, установленным оператором МТС от 01.04.2022 составляет 1,893 рублей. Стоимость Push-уведомления – 0,15 рублей.

Расходы на смс-информирование в 2022 году по месяцам представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Расходы на смс-информирование

В тысячах рублей

| Наименование | январь | февраль | март | апрель |
|---|-----------|------------|------------|------------|
| Общее количество транзакций, шт. | 1171229 | 1158124 | 1320637 | 1323106 |
| Расходы на смс-информирование, тысяч рублей | 2217136,5 | 2192328,73 | 2499965,84 | 2504639,66 |

В динамике количества транзакций наблюдается рост, что обусловлено притоком новых клиентов в марте 2022 году, а также ростом проведенных операций.

При применении Push-уведомлений расходы бы составили, данные представлены в таблице 3.

Таблица 3.

Расходы на информирование клиентов, с учетом применения Push-уведомлений

| Наименование | январь | февраль | март | апрель |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Количество транзакций, отправленных по СМС | 304520 | 305343 | 359398 | 340470 |
| Количество транзакций клиентов, имеющих МП | 866709 | 852781 | 961239 | 982636 |
| Расходы на СМС | 576456,36 | 578014,3 | 680340,41 | 644509,71 |
| Расходы на Push- уведомления | 130006,35 | 127917,15 | 144185,85 | 147395,4 |
| Общая сумма расходов | 705462,71 | 705931,45 | 824526,26 | 791905,11 |

Статистические данные предоставлены отделом процессинга.

Под мероприятиями предлагаемого проекта предполагается:

- обсуждение проекта с разработчиками;
- обсуждение возможности внедрения с ПАО «МТС»;
- расчет эффективности предлагаемого проекта;
- презентация проекта руководству;
- согласование руководства банка;
- тестирование;
- регулярное обсуждение с командой, внесение корректировок;
- программное сопровождение, силами банка, отделом ОСИСБ;
- программное сопровождение, силами банка, отделом процессинга;
- внедрение данного продукта.

Расходы на реализацию данного проекта представлены в таблице 4.

Таблица 4.

Расходы на реализацию проекта

Тысяч рублей

| Наименование | Стоимость |
|-----------------------|-----------|
| Услуги разработчиков | 235 |
| Техническая поддержка | 50 |

Работа разработчиков включает в себя постоянные корректировки в приложение для улучшения качества работы. Техническая поддержка – круглосуточная консультация.

В настоящее время данный проект находится в стадии тестирования. Разработчиками вносятся поправки, сотрудники «Управления карточного бизнеса» тестируют данную разработку используя официальное мобильное приложение и разработанную бета-версию для получения push-уведомлений. Для тестирования были выбраны 8 человек имеющих отличные друг от друга модели телефонов и один из двух видов операционной системы: android или IOS. Проверяется скорость получения уведомлений, также их получение с применением различных условий, например, отключен интернет, свернуто или закрыто мобильное приложение, удалено приложение и так далее.

Сопровождение осуществляется со стороны разработчиков, а также уполномоченных отделов банка: отдел процессинга и отдел сопровождения информационных систем банка.

Проведя анализ расходов на основе данных 2022 года, можно увидеть эффективность применяемого метода и окупаемость уже в первый месяц возможного внедрения.

Список литературы:

1. Любушин Н.П. Финансовый анализ / Н.П. Любушин, Н.Э. Бабичева. – М.: Эксмо, 2018. – 336 с.;
2. Иванов В.В. Деньги, кредит, банки: учебник и практикум для вузов / В.В. Иванов, Б.И. Соколов; под редакцией В.В. Иванова, Б.И. Соколова. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 371 с;
3. Зырьянов Н.Е. К вопросу о сущности понятия «банковская услуга» // Сборник научных трудов 3-й Международной молодежной конференции. – Курск: ЗАО «Университетская книга», 2016;
4. Алиева К.Р. Современные банковские операции, продукты и услуги // К.Р. Алиева, И.В. Меркулова / Сборник статей международной научно-практической конференции. – Уфа: ООО «Аэтерна», 2017.

РОЛЬ ЛИДЕРСТВА В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ БИЗНЕСА

Саулетбек Мадиде Максутулы

*магистрант,
кафедра менеджмента и бизнеса,
Университет Международного Бизнеса
Имени Кенжегали Сагадиева,
Казахстан, г. Алматы
E-mail: kazcanjump@gmail.com*

Нурғалиева Куралай Оразғалиевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Университет Международного Бизнеса
Имени Кенжегали Сагадиева,
Казахстан, г. Алматы*

THE ROLE OF LEADERSHIP IN THE MANAGEMENT OF A BUSINESS ORGANIZATION

Madi Sauletbek

*undergraduate, Department of Management and Business
Kenzhegali Sagadiyev University Of International Business,
Kazakhstan, Almaty*

Kuralay Nurgalieva

*scientific supervisor, Ph.D. docent,
Kenzhegali Sagadiyev University Of International Business,
Kazakhstan, Almaty*

АННОТАЦИЯ

В статье было рассмотрено организационное поведение в роли лидера руководителя спортивного ивент агентства на основе данных, полученных в компании ИП «S.E.A KZ», структура сравнивается с теоретическими основами. В данной научно – практической статье были рассмотрены преимущества и недостатки, связанные с лидерскими качествами управленца, доказательства влияния роли лидерства руководителя на развитие организации.

ABSTRACT

The article considered the organizational behavior in the role of the leader of the head of a sports event agency based on the data obtained in the company IE "S.E.A KZ",

the structure is compared with the theoretical foundations. In this scientific and practical article, the advantages and disadvantages associated with the leadership qualities of a manager, proof of the influence of the leadership role of the leader on the development of the organization, were considered.

Ключевые слова: лидер, компания, руководитель, влияние, эффективность, методика, исследование, тест, стиль, ИП “S.E.A. KZ”, управление, типология.

Keywords: leader, company, leader, influence, efficiency, methodology, research, test, style, IE “S.E.A. KZ”, management, typology.

Лидер – это главная фигура в организации и жизнедеятельности бизнеса. Роль лидера и его смысл в современном обществе ни разу невозможно недооценивать. В огромных развитых государствах мира отличается большой бюджет для подготовки высококвалифицированных менеджеров. Предоставленная задача стоит остро перед государствами СНГ, где к предоставленной функции уделяют недостаточно интереса и в соответствии с этим бюджетом, в частности в нашей стране. Государства СНГ имеют очень узкий навык подготовки менеджеров, которые владеют способностями управления в критериях рыночной экономики. Итог предоставленной проблемы во многом заключается в зависимости от возведения верных представлении о том, какими компетенциями и свойствами обязан владеть менеджер, который трудится в современных условиях.

Уровень разработанности проблемы отношения лидерства и подчиненности, глубинные предпосылки всего современного общественного явления заинтересовывали мыслителей как в древности, например и в настоящее время: Сократа, Аристотеля, Макиавелли, Канта.

Анализ организаций бизнеса как социально-культурного феномена всходит к традициям М. Вебера, Т. Парсонса, К. Левина, Ф. Селзника и тем более Ч. Барнарда и Г. Саймона. Само вступление термина «организационная культура», как 1-го из составляющих культуры бизнеса и его детальная проработка датируется концом 70-х годов XX века.

В современных реалиях ведения бизнеса, от предпринимателя требуется не только его качества ведения бизнеса, но и доминирующие социальные компоненты лидерского потенциала руководителя. Среди сотрудников спортивного ивент агентства был проведен опрос, результатом которого стали показатели, которые будут предоставлены далее.

Были проведены исследования, которые могут оценить лидерские качества руководителя агентства:

1. Определен характер руководителя и тип личности.
2. Методика Т. Элерса – диагностика личности на мотивацию к успеху.
3. Выявление потенциала и уровня лидерских способностей руководителя.
4. Был предложен и проведен тест на удовлетворенность работой руководителя сотрудниками.
5. Методика диагностики личности на мотивацию к успеху Т. Элерса.
6. Определение типа руководителя по Управленческой решетке Блейка-Моутона.

Для предварительного анализа были также использованы: опрос, наблюдение, анкетирование.

Проанализируем полученные результаты проведенных исследований:

Характер руководителя. Был выявлен характер руководителя как экстраверт. Общительный, амбициозный и с активной социальной позицией.

Лидерские способности. Для определения лидерских способностей руководителя был предложен тест из 10 вопросов. Тестируемый имел возможность выбрать один из вариантов и отметить его в бланке. Тестируемый получает при каждом ответе на вопрос один балл только за вариант (А или В) в левой колонке. Руководитель набрал 8 ответов с выбором “А” и 2 ответа с выбором “Б”, что говорит о сильной степени его лидерских способностей, но также можно заметить, что руководитель редко слушается советам старших и не особо любит обучать лично работников.

Методика “Стили руководства” Т. Элерса. Выявить стиль руководителя ивент агентства помогла методика “Стили руководства”. Были представлены

16 групп утверждений, которые характеризуют качества руководителя. Каждая группа состояла из 3х утверждений, обозначенных буквами “А”, “Б”, “В”. Руководитель ответил и выбрал нужный для него вариант и были представлены следующие результаты.

Результаты теста: Демократический стиль руководства.

Итоги теста стиля руководства показали, что руководитель обладает демократическим стилем управлением командой. Из 16 групп утверждения, 9 ответов были обозначены как демократический стиль управления. Остальные 7 утверждения разделили два остальных типа, либеральный и авторитарный стиль управления.

Удовлетворенность работой. Состоялся тест между сотрудниками ивент агентства, где определялась удовлетворенность работой по следующим показателям:

- Условия работы;
- Уровень престижности работы;
- Руководство;
- Материальное вознаграждение и оплата труда;
- Перспективы повышения квалификации, развитие личности и карьера;
- Психологический климат и окружение в коллективе.

Данный тест состоял из десяти вопросов, ответ “Да” считается как 1 балл. Общее количество баллов суммируется. Чем больше вся сумма баллов, тем выше удовлетворенность работой. К концу тестирования результат составил средний балл – 7,5. Что удивительно, степень удовлетворенности работой у ивент менеджеров была существенно ниже, чем у ассистентов ивент менеджеров. В основном отрицательный ответ у ивент менеджеров был по таким вопросам как отсутствие карьерного и личностного роста.

Методика диагностики личности на мотивацию к успеху Т. Элерса.

Элерс исходил из такого положения как Личность, у которого мотивация к успеху преобладает, в основном предпочитает низкий и средний уровень риска, данному типу свойственно избегать высокого риска. Когда сильная мотивация

к успеху преобладает, то успех обычно скромнее, чем при слабой мотивации к успеху, на такие люди усердно работают для достижения успеха.

Элерс продемонстрировал, что существует как минимум три мотивационных вектора, которые в итоге решают и определяют характер взаимозависимости активности и мотивации успеха. Для теста были предоставлены руководителю 41 вопросов с вариантами ответа как “ДА” и “НЕТ”. Руководитель спортивного ивент агентства при прохождении теста набрал ровно 20 баллов. Это означает что фактический у руководителя умеренно высокий уровень мотивации. Был близок к слишком большому уровню мотивации. Результат не удивляет, так как любой хороший руководитель должен быть настроен на результат и успех.

Управленческая решетка Блейка-Моутона.

Заключением исследования является управленческая решетка Блейка – Моутона, с помощью собранных данных о руководителе ИП “S.E.A. KZ”, мы сможем понять и убедиться в том, каким типом руководителя он является. Благодаря проведенному исследованию руководителя спортивного ивент агентства ИП “S.E.A. KZ”, можно сопоставить результаты исследования в данную управленческую решетку и подобрать нужную шкалу уровня. В конечном итоге руководитель расположился на шкале 5.5 – организация. Руководитель достигает поставленных задач с помощью компромисса. Результат указан на рисунке 1.



Примечание: составлено автором на основе источника [3]

Рисунок 1. Результат управленческой решетки

Подводя итоги исследования, можно сказать, что каждый управленец компании уникален и обладает теми или иными личностными качествами, которые напрямую влияют на результат принятия решения, уровень удовлетворения персонала и психологическую атмосферу в организации.

Список литературы:

1. Адизес Ицхак. Идеальный руководитель. Почему им нельзя стать и что из этого следует. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007 г. – С. 161-171.
2. Стили руководства в менеджменте. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL:<https://blog.ganttpro.com/ru/stili-rukovodstva-v-menedzhmente-i-upravlenii-specifications-i-osobennosti/> (дата обращения 10.05.2022)
3. Управленческая Решетка Блейка – Моутона.[электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://www.economicportal.ru/ponyatiya-all/management_lattice.html (дата обращения 16.05.2022)

СЕКЦИЯ
«ЭКОНОМИКА»

**РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В ТОГУССКОМ НАСЛЕГЕ ВИЛЮЙСКОГО УЛУСА**

Евсеева Сардаана Петровна

*студент,
Финансово-экономический институт,
Северо-Восточный Федеральный Университет,
РФ, г. Якутск
E-mail: evseevasard98@gmail.com*

Борисов Василий Дмитриевич

*научный руководитель, канд. экон. наук,
Северо-Восточный Федеральный Университет,
РФ г. Якутск*

**DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP
IN THE TOGUS NASLEG OF THE VILYUY ULUS**

Sardana Evseeva

*Student,
Financial and Economic Institute,
North-Eastern Federal University,
Russia, Yakutsk*

Vasily Borisov

*scientific supervisor, candidate of economic sciences,
North-Eastern Federal University,
Russian, Yakutsk*

АННОТАЦИЯ

Предпринимательство очень сильно влияет на экономику страны. В республике Саха (Якутия) предпринимательство также занимает ключевую роль, особенно данный вид деятельности распространен среди молодежи, которые каждый год придумывают тот или иной проект. Однако данный вид предпринимательства не всегда реализуется, но его развитие необходимо для эффективной жизнедеятельности как республики, так и страны в целом. При подготовке

работы был использован комплекс теоретических и эмпирических методов исследования: анализ и синтез, метод сравнительного анализа. В итоге мы выявили следующие проблемы: отсутствие современной технологии, проблема труднодоступности, низкий уровень развития транспортной, информационной и социальной инфраструктуры и так далее, сделали выводы и рекомендации.

Ключевые слова: предпринимательство, малый бизнес, сельское хозяйство, микропредприятие, наслег, экономика.

Предпринимательство означает свободное экономическое ведение в различных сферах деятельности, осуществляемой субъектами рыночных отношений (кроме запрещенных законодательством), в целях удовлетворения потребностей конкретных потребителей и общества в товарах (работах, услугах) и получения прибыли (дохода), необходимой для саморазвития своего дела и обеспечения финансовых обязательств перед бюджетами и другими хозяйствующими субъектами [6, с. 23].

Актуальность данной работы заключается в том, что предпринимательство очень сильно влияет на экономику страны, так как оно позволяет не только создавать рабочие места, но и увеличивает инвестиции в стране, увеличивает капитал граждан и помогает развитию страны. Для некоторых территорий это единственная возможность обеспечения занятости местного населения, в особенности это касается отдаленных районов и деревень. Предпринимательство может решать много социальных и экономических проблем, и поэтому так важно его развивать во всех районах нашей страны.

Целью работы является разработка рекомендаций по развитию предпринимательства в Тогусском наслеге Вилюйского улуса.

Исследование малого предпринимательства предполагает использование статистических методов, которые позволяют проанализировать основные показатели деятельности субъектов предпринимательства и выявить тенденции их развития [5, с. 89]. Без статистики невозможно получить точные количествен-

ные характеристики рыночной ситуации и провести их исследование. Таким образом, от того, насколько разнообразны, качественны и достоверны статистические данные, зависит и качество оценки состояния бизнеса.

Виллюйский улус – административно-территориальная единица (улус или район) и муниципальное образование (муниципальный район) в Республике Саха (Якутия) Российской Федерации. В рамках организации местного самоуправления, включает 21 муниципальное образование, в том числе 2 городских поселения и 19 сельских населенных пунктов. Ведущее место в экономике улуса занимает сельское хозяйство. Главная его отрасль – животноводство (мясомолочное скотоводство, мясное табунное коневодство), звероводство и пушной промысел. Земли сельскохозяйственного назначения составляют 46,7 тыс. га.

Тогусский наслег – сельское поселение в Виллюйском улусе Якутии Российской Федерации. Административный центр – село Тымпы. Территория наслега составляет 86 тыс. га. Муниципальное образование "Тогусский наслег" Виллюйского улуса по уровню развития сельскохозяйственного производства занимает одно из ведущих мест в улусе.

Сельское хозяйство является традиционным занятием коренного населения, основой экономики наслега. Общая площадь сельскохозяйственных угодий составляет 1255 га, из них, сенокосы – 46%, пастбища – 54%. Сенокосы и пастбища находятся в основном в аласах по берегам озер, болотистых местах по долинам рек и на отдаленных закочкаранных угодьях.

В сфере реальной экономики наслега действуют предприятия промышленности: сельскохозяйственный производственный кооператив «Тыымпы», сельскохозяйственный потребительский кооператив «То5ус», участок МУП ЖКХ, УГРС ОАО «Сахатранснефтегаз», ветеринарный участок.

В торговле лидирующее положение занимает магазин Средневиллюйского сельпо. Доля потребительских обществ в розничном товарообороте составила в 2020 году 62,2%. Помимо магазина потребительского общества в наслеге существуют 3 торговых точек на дому. Уже 17 лет работает сельскохозяйственный потребительский кооператив «То5ус», работающий в сфере заготовки молока с

частного сектора. В Тогусском наслеге за год закуп молока сельхозпредприятий и населения составляет свыше 485,3 тонн молока.

На сегодняшний день в Тогусском наслеге функционирует 14 предприятий сферы малого бизнеса, причем 86% из них – это микропредприятия (см. табл. 1).

Таблица 1.

Предприятия малого бизнеса в Тогусском наслеге за 2020 г.

| Малое предприятие | Микропредприятие |
|---|---|
| Сельскохозяйственный производственный кооператив "Тыымпы" | Сельскохозяйственный потребительский кооператив "Тоҕус" |
| Средне-вилюйское сельское потребительское общество | Сельскохозяйственный потребительский обслуживающий кооператив "Сэргэ" |
| | КФХ Егоров Федор Васильевич |
| | ИП Борисов И.И. |
| | ИП «Аартык» (торговля) |
| | ИП Ереемеева П.М. (торговая точка) |
| | ИП Степанов А.А. (такси) |
| | ИП Унарова О.Н. (торговая точка) |
| | ИП Назарова М.Н. (косметические услуги) |
| | Шитье Харлампыева А.А. |
| | Мучные изделия Николаева Д.В. |
| | Кондитерские изделия Онопрова Е.П. |

Так, через организацию малых предприятий некоторые люди реализуют свой творческий и предпринимательский потенциал, в процесс производства вовлекаются социально уязвимые группы населения (неполные семьи, пенсионеры, инвалиды).

Для того, чтобы проанализировать уровень предпринимательства в Тогусском наслеге, необходимо выявить общий процент предпринимателей малого бизнеса, а также построить структуру по сферам деятельности малого бизнеса в наслеге. Иными словами, необходимо понять, как много людей занимаются бизнесом в данном наслеге, какие есть перспективы развития, и какие сферы деятельности они охватывают.

Итак, проанализируем, сколько всего предпринимателей есть и было в данном наслеге на протяжении трех лет (см. табл. 2).

Таблица 2.**Количество действующих предпринимателей в Тогусском наслеге за 2018-2020 гг.**

| Годы | Количество предпринимателей | Динамика изменения, в % |
|------|-----------------------------|-------------------------|
| 2018 | 9 | 100 |
| 2019 | 11 | 122,2 |
| 2020 | 14 | 127,3 |

Малое предпринимательство в последние годы представляет собой устойчивую сферу экономики Тогусского наслега. В целом, число предприятий малого бизнеса последовательно увеличивается. Так, общее число предприятий на 2018 г. составляло 9, а в 2020 г. достигло 14 единиц, увеличившись на 27,3%. Данная ситуация позволяет предположить, что в наслеге сформированы благоприятные условия для вовлечения граждан в экономическую деятельность, развития предпринимательских способностей в обществе.

Далее, рассмотрим количество предпринимателей в Тогусском наслеге в процентном соотношении (см. табл. 3).

Таблица 3.**Динамика числа предприятий малого бизнеса в Тогусском наслеге за 2018-2020 гг.**

| | 2018 | уд. вес, % | 2019 | уд. вес, % | 2020 | уд. вес, % |
|-------------------|------|------------|------|------------|------|------------|
| малое предприятие | 2 | 22,2 | 2,0 | 18,2 | 2,0 | 14,3 |
| микропредприятия | 7 | 77,8 | 9,0 | 81,8 | 12,0 | 85,7 |
| итого | 9 | 100,0 | 11,0 | 100,0 | 14,0 | 100,0 |

Как мы можем увидеть из таблицы 2.3, количество предприятий малого бизнеса в Тогусском наслеге растет за счет увеличения числа микропредприятий. В 2020 г. малые предприятия составляли только 14,3% от общего числа предприятий, когда как микропредприятия составляли 85,7%. А количество малых предприятий в наслеге является стабильным на протяжении последних лет и составляет 2 единицы.

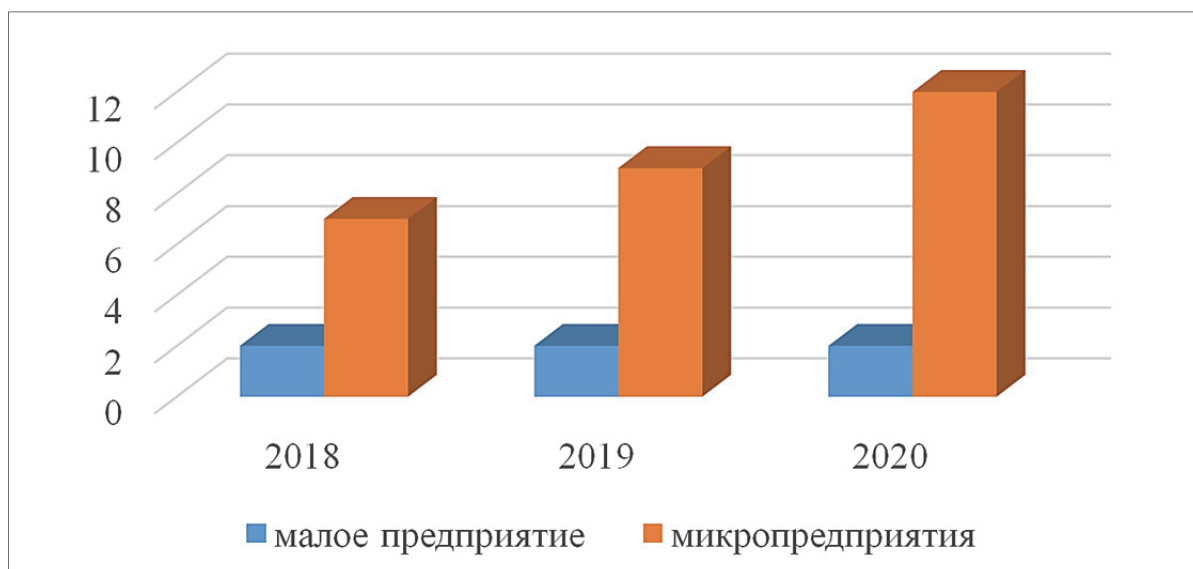


Рисунок 1. Динамика числа предприятий малого бизнеса в Тогусском наслеге за 2018-2020 гг.

Данная диаграмма показывает, что каждый год в Тогусском наслеге увеличилось количество предпринимателей. Анализ позволил выявить преобладание среди предприятий сектора микроформ – за рассматриваемый период их доля в общем числе предприятий сектора выросла и достигла 85,7%, остальные малые предприятия формировали 14,3% общего числа.

Далее рассмотрим в каких экономических сферах заняты предприниматели в Тогусском наслеге (см. рисунок 2).

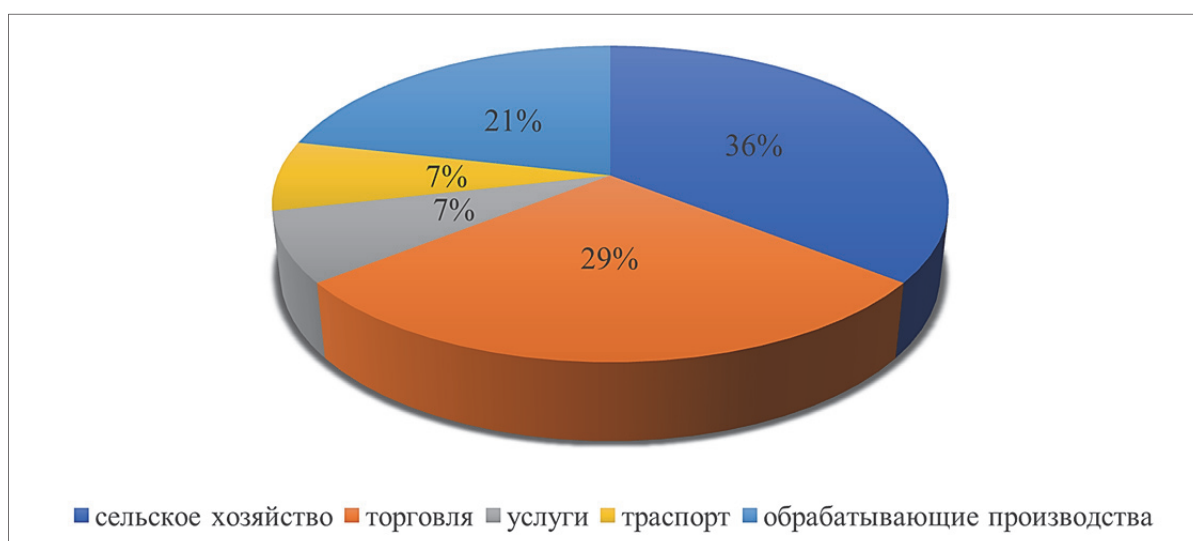


Рисунок 2. Отраслевая структура субъектов малого предпринимательства в экономике Тогусского наслега, %

Распределение предприятий по отраслям экономики наслегу носит неравномерный характер. Как мы можем увидеть из рисунка, подавляющая часть населения занята сельским хозяйством. Это можно объяснить тем, что в Республике очень распространено, особенно в отдаленных улусах и наслегах животноводство и растениеводство, которое приносит натуральную пищу. Основные направления деятельности – растениеводство (картофель, сено), животноводство (крупный рогатый скот, коневодство и свиноводство). Также получило развитие пчеловодство.

Также, наиболее привлекательными для мелкого предпринимателя традиционно является торговля (29% от общего числа предприятий). Торговля характеризуется относительно небольшими рисками, быстрая окупаемость бизнеса, легкость в управлении, а также постоянный, растущий спрос на различные товары. Их мобильность позволяет обеспечивать население продовольственными и хозяйственно-бытовыми товарами. Расширение сети торговых точек стимулирует местные торговые предприятия повышать уровень обслуживания населения и предоставлять более качественные товары на рынке.

На третьем месте стоит сектор обрабатывающей промышленности, поскольку жители сами добывают мясо, молоко, и производят готовую продукцию (молочные продукты, мучные и кондитерские изделия и так далее). Также, популярным сегментом является предоставление услуг населению. Широкое распространение получили косметические и парикмахерские услуги, ремонт автомобильного транспорта, ветеринарные услуги и пассажирские перевозки.

В условиях отсутствия нормального транспортного сообщения предприниматели населения освоили нишу транспортных услуг. Транспортные услуги остро востребованы со стороны местного населения, поэтому занимающиеся частным извозом получают неплохие доходы. Вместе с тем эта сфера имеет в основном неформальный характер, что снижает ее экономическую ценность, хотя социальная роль при этом остается высокой.

Субъекты малого предпринимательства благодаря благоприятным условиям хозяйствования в наслеге, наращивая объемы производства, внедряя новые

технологии и осваивая производство новых товаров и услуг, создают дополнительные рабочие места для специалистов разных профессий и квалификаций. Для некоторых территорий это единственная возможность обеспечения занятости местного населения. Так, на данный момент в сфере малого бизнеса Тогусского наслега занято 76 человек или более 25% от всего населения, занятого трудовой деятельностью (см. табл. 4).

Таблица 4.

Показатели численности занятых у индивидуальных предпринимателей в Тогусском наслеге за 2018-2020 гг.

| Наименование показателей | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|------|------|------|
| Среднегодовая численность постоянного населения | 480 | 472 | 465 |
| Трудоспособное население в трудоспособном возрасте | 294 | 296 | 299 |
| из них занято в экономике | 65 | 72 | 76 |
| Доля занятых у индивидуальных предпринимателей, % | 22,1 | 24,3 | 25,4 |

В последние годы увеличивается количество работников, занятых на малых предприятиях. Так, в 2020 г. занято на 1,1% больше, чем в предшествующем году, а в 2019 г. привлечено на 2,2% больше работников, чем 2018 г. Это связано с ежегодным увеличением численности микропредприятий.

После основного анализа предпринимательской деятельности, можно сказать, что в Тогусском наслеге довольно удовлетворительный уровень развития предпринимательства, поскольку люди занимаются в основном тем, что им в первую очередь необходимо и в том, что они в первую очередь имеют, вследствие чего в этих сферах происходят конкуренции, что является хорошим показателем для экономики. В целом развитие малого предпринимательства положительно сказывается на развитии конкурентной среды, создании дополнительных рабочих мест, увеличении доходов населения и повышении качества жизни.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что увеличение количества малых предприятий в экономике Тогусском наслеге, наращивание оборотов их хозяйствования, рост численности работников, занятых в сфере малого предпринимательства, являются показателями их эффективного функционирования и высокого уровня развития малого бизнеса в современных условиях.

После проведенного анализа необходимо выделить основные проблемы развития бизнеса в Тогусском наслеге и пути их совершенствования.

Проведя анализ предпринимательской деятельности, можно с уверенностью сказать о том, что существует несколько проблем в данном населенном пункте:

- во-первых, в основном жители занимаются предпринимательством только в сферах первой необходимости, которые связаны с питанием и поездками за пределы наслега. Поиском новых путей развития, собственно, никто не занимается. Большинство предпринимателей боятся открывать свои бизнесы с новыми идеями, поскольку уверены в провале проекта;

- во-вторых, недостаток собственных финансовых средств малых предприятий, сдерживающий обновление основных фондов и внедрение новых технологий;

- в-третьих, наслег расположен в экономически невыгодном месте, так как находится в отдаленной местности, где не проходит федеральная трасса;

- в-четвертых, низкий уровень развития транспортной, информационной и социальной инфраструктуры;

- в-пятых, отсталость в обеспеченности современными объектами, повышающими качество жизни на территории. Это в свою очередь создает напряженность в инвестиционной привлекательности наслега и лишает потенциала развития новых рабочих мест. Материально-техническая необеспеченность сельского хозяйства снижает темпы сельскохозяйственного производства и развития аграрного предпринимательства, отсутствуют современные технологии для решения проблем с аграрными вопросами;

- в-шестых, высокие темпы роста тарифов на энергоресурсы, несмотря на наличие запасов газа и осуществление добычи энергоресурсов на территории Вилуйского района;

- в-седьмых, есть все основания предполагать, что проблема выживания, первоначального накопления капитала решается путем активного включения населения в различные процессы, разворачивающиеся в рамках теневой экономики;

- в-восьмых, недостаточная мощность и качество интернет-связи усложняет жизнедеятельность предприятий.

Все вышеперечисленные проблемы мешают развитию предпринимательства в Тогусском наслеге Виллюйского улуса.

Для решения всех этих проблем были разработаны рекомендации после основного анализа предпринимательской деятельности Тогусского наслега:

- для поддержки малого бизнеса работает ряд госпрограмм, цель которых – содействия субъектам предпринимательства. Многие из них действуют уже на протяжении нескольких лет, но до сих пор не все бизнесмены знают, как ими пользоваться. Представители малого бизнеса могут рассчитывать на поддержку от федеральных, региональных и местных властей;

- повышение внимания к развитию и обучению, то есть формирование эффективной системы информационной поддержки малого и среднего предпринимательства посредством проведения просветительской работы в области финансовой грамотности начинающих и действующих предпринимателей;

- предпринимателям следует обращать внимание и на другие сферы бизнеса, находить в них новые возможности для себя;

- для повышения экономической эффективности сельскохозяйственной деятельности наслега необходимо максимально использовать потенциал сельскохозяйственных земель, использование новейших достижений селекции и семеноводства, стимулировать развитие растениеводства, то есть улучшение плодородия почв за счет применения органических и минеральных удобрений;

- создать условия для развития переработки сельскохозяйственной продукции: строительство убойного цеха и реконструкция старых цехов по переработке молока, приобретение завода по переработке мясной продукции.

При написании работы удалось добиться поставленной цели, а именно разработать рекомендаций по развитию предпринимательства в Тогусском наслеге Виллюйского улуса.

Предпринимательство является значимым фактором повышения эффективности использования трудового потенциала региона. Проведя исследования

становится очевидным то, что для развития экономической сферы нашей республики необходимо развивать предпринимательство не только в основных городах Республики, но также и в наслегах и улусах для формирования стабильной экономики внутри Республики Саха (Якутия).

Список литературы:

1. Гражданский кодекс РФ. Ч. 1. от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ.
2. Жилинский С.Э. Предпринимательское право. – М.: Норма. – 2019. – 944 с.
3. Крутик А.Б., Решетова М.В. Основы предпринимательской деятельности. – М.: Академия, 2017. – 320 с.
4. Крутик А.Б. Проблемы и перспективы развития предпринимательства в российской экономике // Проблемы современной экономики. Евразийский научно-популярный журнал. – 2019. – №2. – С. 166-171.
5. Кондраков, Н.П. Основы малого и среднего предпринимательства: Практическое пособие / Н.П. Кондраков, И.Н. Кондраков. – М.: Инфра-М, 2017. – 192 с.
6. Рубин, Ю.Б. Основы предпринимательства: Учебник / Ю.Б. Рубин. – М.: МФПУ Синергия, 2016. – 464 с.
7. Нешиной А.С. Концептуально-методические основы комплексной оценки эффективности предпринимательской деятельности // Финансовый менеджмент. – 2020. – № 4. – С. 89-96.
8. Попков В.П., Евстафьева Е.В. Организация предпринимательской деятельности. – СПб.: Питер. – 2017.

**ОТТОК ИЗ СЕЛЬСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ В ГОРОДА
(НА ПРИМЕРЕ МО «ВИЛЮЙСКИЙ УЛУС (РАЙОН)»)**

Егорова Сабира Александровна

*Студент,
Финансово-экономический институт,
Северо-Восточный Федеральный Университет,
РФ, г. Якутск
E-mail: egorovasabira@gmail.com*

Борисов Василий Дмитриевич

*научный руководитель, канд. экон. наук,
Северо-Восточный Федеральный Университет,
РФ г. Якутск*

**OUTFLOW FROM RURAL SETTLEMENTS TO CITIES
(ON THE EXAMPLE OF MO "VILYUYSKY ULUS (DISTRICT)")**

Sabira Egorova

*Student, Financial and Economic Institute,
North-Eastern Federal University,
Russia, Yakutsk*

Vasily Borisov

*scientific supervisor, candidate of economic sciences,
North-Eastern Federal University,
Russia, Yakutsk*

АННОТАЦИЯ

Сегодня в современном мире большинство людей стремятся построить свою жизнь в лучших возможностях и в лучших условиях, а потому все являются перспективными деятелями, которые хотят конкурировать с другими людьми в своей среде. В особенности это касается молодых людей, которые стремятся увидеть весь мир, стать успешными, и умелыми и грамотными специалистами, и поэтому очень часто мы можем увидеть, как они покидают родные края для того, чтобы найти лучшую жизнь в другом регионе. Основным трудным моментом, с которыми сталкиваются родители в нынешнем мире, является объяснение детям важности своей родины и их выбора, как только они начинают покидать родительский дом. Сейчас стал распространен отток населения из сельской местности в городскую среду. Большинство молодых переезжают в

город для того, чтобы получить образование, а кто-то и для того, чтобы построить жизнь в городе и зарабатывать деньги для своей семьи. Некоторые и вовсе переезжают в другие города для того, чтобы построить там карьеру или просто увидеть другой мир, и как показывает практика, большинство не возвращаются после таких поездок в родные края.

Ключевые слова: население, миграция, сельское поселение, город, отток, переезд.

Актуальностью данной работы является присутствие проблемы оттока большого количества населения в города, что вызывает снижение численности населения в сельской местности, а также и снижение культурных особенностей народов, которые проживают издревле в одном селе. Также данный вопрос, как правило, почти не затрагивается в научных работах, именно поэтому данная тема является наиболее острой и актуальной, поскольку ее часто не раскрывали в исследованиях.

Отток населения из сельских местностей не только является основной проблемой современного общества, но и является переходной ступенью от традиционного общества к постиндустриальному, где такой отток является больше позитивной тенденцией нежели негативной.

Ведь, покидая родные края, и не развивая свою родину, не развивается и целый народ, который остался в этом селении, и поэтому так важно не только не переходить навсегда жить в городское поселение, но и приносить в свои родные края полезный опыт, который пойдет на пользу родному краю.

Целью исследования является разработка плана рекомендаций для стабилизации оттока населения из сельской местности в города на примере МО «Вилюйский улус (район)».

Для того, чтобы достичь данной цели, необходимо выполнить такие задачи:

- 1) Изучить причины оттока и миграции населения
- 2) Анализ оттока населения из сельской местности в города

Виллюйский улус (район) (якут. Булуу улууһа) — административно-территориальная единица (улус или район) и муниципальное образование (муниципальный район) в Республике Саха (Якутия) Российской Федерации. Административный центр – город Виллюйск. Район (улус) образован 9 января 1930 года.

Виллюйский улус богат давними культурными традициями. Здесь одними из первых в Якутии открылись библиотека, краеведческий музей, народный дом, детская музыкальная школа, дом хомуса, музей боевой славы. Виллюйская земля является родиной трех Героев Советского Союза: Н.С. Степанова, Н.А. Кондаков, А.А. Миронова; Героев Социалистического Труда Республики Саха (Якутия): А.Н. Черканова; С.М. Васильева; П.И. Протопопова; В.П. Трофимовой; П.И. Быканова; Народных артистов Республики Саха (Якутия): Г.С. Васильева, А.П. Павлова, А.В. Егорова; народных поэтов: И.М. Гоголева (Кындыл), М.Е. Тимофеева.

Советский период истории Виллюйского района начался 9 января 1930 года, когда был сформирован административный центр Виллюйск. В 2014 году отметили его 380-летний юбилей. Муниципальное объединение «Виллюйский улус (район)» образовано в результате проведения местного референдума 29 сентября 2000 года. Расположен на западе республики, на Центрально-Якутской равнине. Площадь района – 55,2 тыс. км². Крупная река – Виллюй с притоком р. Тюнг. Много озёр, наиболее крупное из них – Мастах.

Промышленность – развивающийся газодобывающий комплекс, мясо-молочная и местное производство строительных материалов.

Ведущее место в экономике улуса занимает сельское хозяйство. Главная его отрасль – животноводство (мясо-молочное скотоводство, мясное табунное коневодство), звероводство и пушной промысел. Земли сельскохозяйственного назначения составляют 46,7 тыс. га. возделываются картофель, овощи.

Для того, чтобы верно проанализировать отток населения из Виллюйского улуса, необходимо также и выявить причины оттока (миграции).

Сначала проанализируем итоговые цифры по населению в улусе. Всего Вилюйский улус состоит из 21 муниципальных образований.

Таблица 1.

Население Вилюйского улуса за 2021 гг.

| № | Муниципальное образование | Административный центр | Количество населенных пунктов | Население (чел.) | Площадь (км ²) |
|----|---------------------------|------------------------|-------------------------------|------------------|----------------------------|
| 1 | город Вилюйск | город Вилюйск | 2 | 11 649 | 150,00 |
| 2 | поселок Кысыл-Сыр | пгт Кысыл-Сыр | 1 | 2663 | 110,00 |
| 3 | Арылахский наслег | село Хампа | 1 | 1012 | 720,00 |
| 4 | Баппагайинский наслег | село Илбенге | 2 | 546 | 3510,00 |
| 5 | Бёкчөгинский наслег | село Бетюнг | 1 | 407 | 1000,00 |
| 6 | Борогонский наслег | село Чай | 1 | 430 | 4810,00 |
| 7 | Ёкюндюнский наслег | село Ёкюндю | 1 | 277 | 470,00 |
| 8 | Жемконский наслег | село Эбя | 1 | 454 | 2560,00 |
| 9 | Кыргыдайский наслег | село Сатагай | 1 | 518 | 3770,00 |
| 10 | Кюлетский 1-й наслег | село Усун | 1 | 801 | 2180,00 |
| 11 | Кюлетский 2-й наслег | село Кюлекянь | 1 | 375 | 3700,00 |
| 12 | Лёкёчёнский наслег | село Лёкёчён | 1 | 456 | 4610,00 |
| 13 | Первый Тогусский наслег | село Тымпы | 1 | 483 | 860,00 |
| 14 | Тасагарский наслег | село Тасагар | 1 | 555 | 1650,00 |
| 15 | Тогусский наслег | село Балагаччы | 1 | 554 | 2460,00 |
| 16 | Тылгынинский наслег | село Тербяс | 1 | 626 | 1100,00 |
| 17 | Хагынский наслег | село Кирово | 1 | 389 | 3020,00 |
| 18 | Халбакинский наслег | село Тосу | 2 | 681 | 1730,00 |
| 19 | Чернышевский наслег | село Чинеке | 1 | 868 | 3510,00 |
| 20 | Чочунский наслег | село Сыдыбыл | 2 | 803 | 1280,00 |
| 21 | Югюлятский наслег | село Кюбяинде | 1 | 560 | 11993,48 |

Как мы можем увидеть из данной таблицы, основная масса населения расположена в городе Вилюйске, и лишь затем большая часть проживает в

поселке Кысыл-Сыр и в селе Хампа, что говорит о большом оттоке жителей из сельских местностей в города, и то в городе Вилюйске тоже не так много людей.

Далее рассмотрим всю динамику населения в Вилюйском улусе за три года.

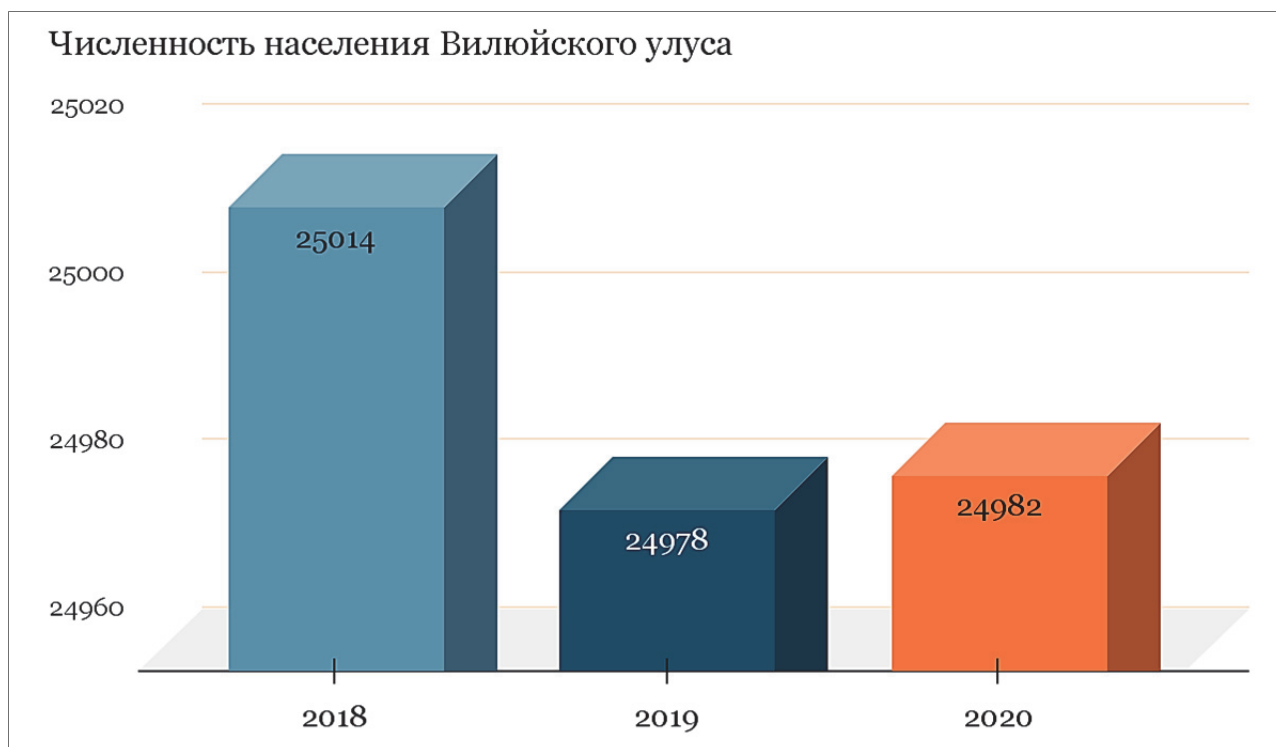


Рисунок 1. Динамика населения в Вилюйском улусе за 2018-2020 гг.

Мы можем сказать, в 2019 году людей в улусе стало меньше на 36 человек, что является большим показателем, однако к 2020 году вернулось 4 человека. Эту динамику можно объяснить тем, что к 2019 году большинство молодежи переезжало на постоянную основу в город Якутск и в другие города России для получения высшего образования, однако к 2020 году из-за дистанционного обучения некоторым пришлось вернуться обратно в селы.

Далее был проведен опрос среди молодежи в селе Хампа, которые заканчивают 11 класс для выяснения их дальнейшего места жительства. Опрос был проведен среди 30 человек, которые согласились пройти опрос удаленно.

Задумывались ли вы о том, чтобы остаться в своем селе на постоянном проживании?

- Да
- Иногда
- Никогда

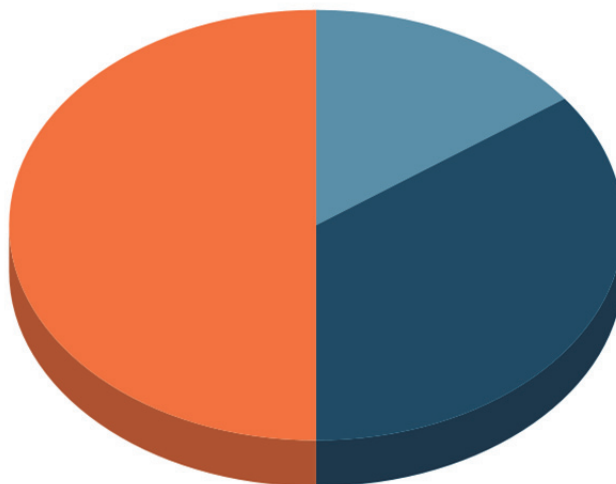


Рисунок 2. Задумывались ли вы о том, чтобы остаться в своем селе на постоянном проживании?

Как мы можем увидеть из результатов ответов на первый вопрос, большинство выпускников не хотят оставаться постоянно жить в своем селе (50%), что говорит о том, что они намерены покинуть свое село при возможности.

Хотели бы вы связать свою профессию с сельским хозяйством?

- Да
- Нет
- Даже не задумывался об этом

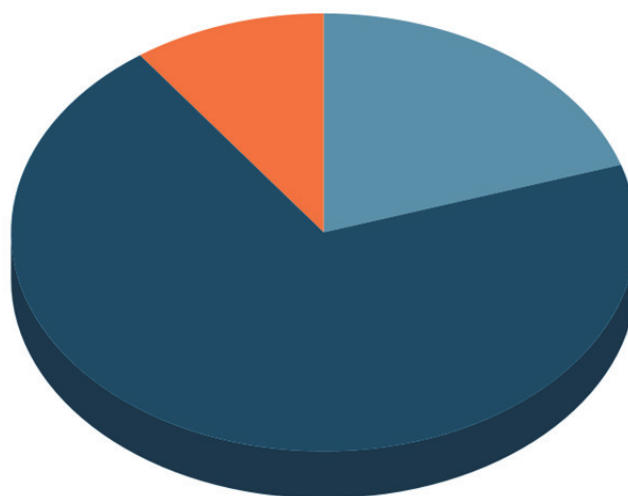


Рисунок 3. Хотели бы вы связать свою профессию с сельским хозяйством?

70% опрошенных считают, что они не будут связывать свою деятельность и профессию с сельским хозяйством, а именно они не хотят участвовать в хозяйственном производстве и заниматься животноводством и растениеводством.

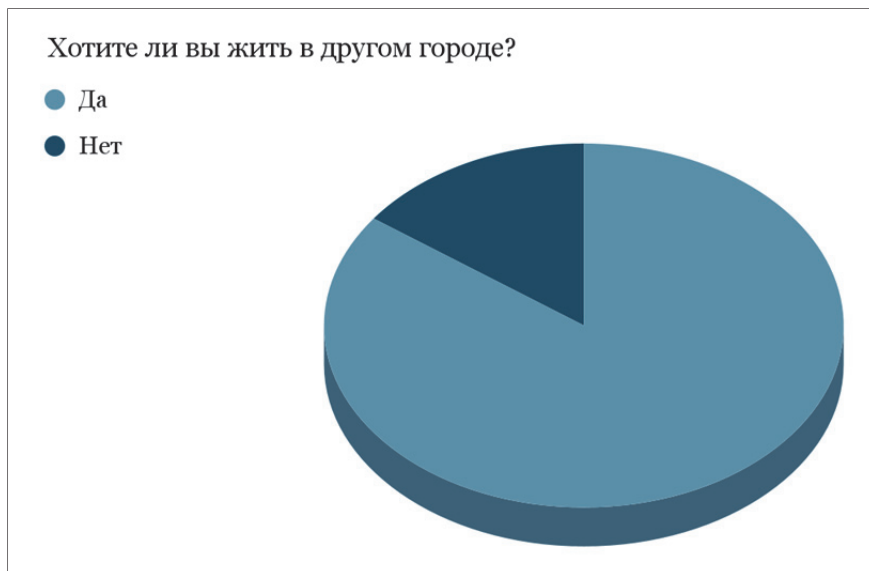


Рисунок 4. Хотите ли вы жить в другом городе?

Как мы можем увидеть из третьего вопроса, большинство опрошенных хотят жить в другом городе, который не относится к их родине. Скорее всего это связано с тем, что существует много возможностей в других городах, которых нет особенно в сельских местностях.

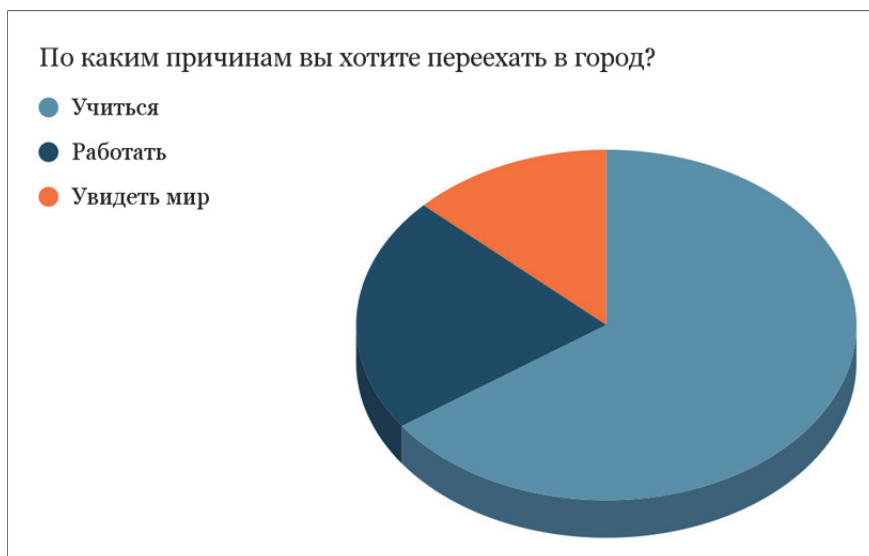


Рисунок 5. По каким причинам вы хотите переехать в город?

По четвертому вопросу мы можем увидеть, что большинство выпускников хотят переехать в другой город для того, чтобы учиться и получать образование, 25% хотят уехать для того, чтобы работать, и только 15% мечтают увидеть мир.

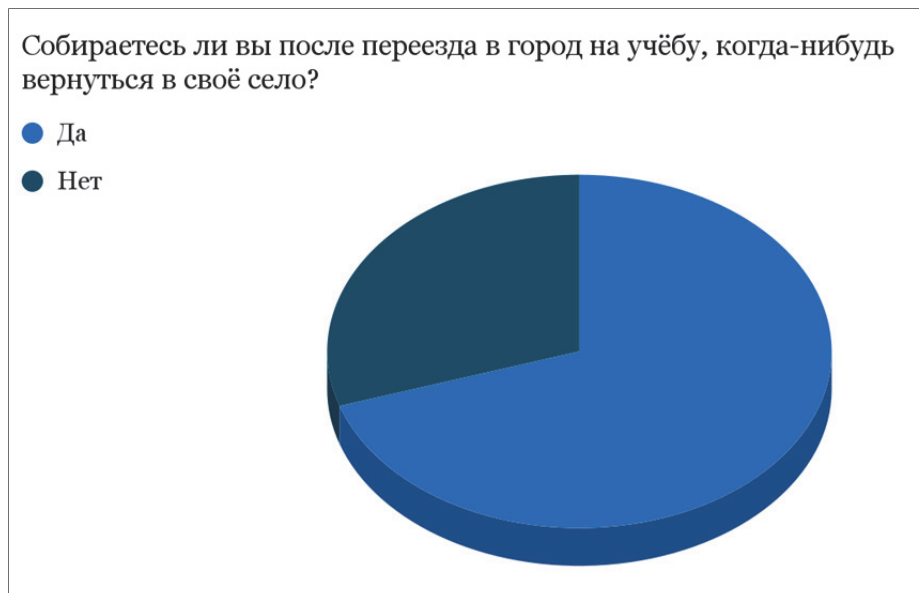


Рисунок 6. Собираетесь ли вы после переезда в город на учёбу, когда-нибудь вернуться в свое село?

Исходя из данной динамики, 70% опрошенных даже не собираются возвращаться в свое родное селение, что является отрицательным результатом, поскольку они хотят покинуть свои родные места навсегда.

Проведя исследование, можно сказать, что очень много людей с каждым годом переезжают в другие города, в особенности выпускники школ, которые хотят учиться в городах для получения образования.

Перед тем как выделить основные проблемы при оттоке населения из села в город в Вилуйском улусе, необходимо определить причины, почему существует желание переехать в другой город:

- Город создает больше условий для творчества и самореализации человека.
- Более низкий уровень зарплат на селе, неразвитость социальной инфраструктуры
- Проблемы с коммунальными услугами
- Удаленность от родных и друзей, живущих в городе.

Основные проблемы в селе при оттоке большей части населения:

- Сокращается численность населения в селе и культуры целого народа, поскольку если не будет сельской местности, то народы могут потерять свои культурные ценности;

- Малое количество молодежи в населенных пунктах приведет к неравномерности использования трудовых ресурсов и оплаты труда, отсутствие каких-либо инноваций;

- Отсутствие новых методов, новых знаний, которое может дать молодежь, при отсутствии молодых людей, постепенно старые методы выращивания растений и животноводства могут привести к их постепенному разрушению;

- Отток населения из села в город также приведет к неравномерной экономике, поскольку производительность в сельскохозяйственной деятельности будет снижаться из года в год;

- Постепенное вымирание природы и большое загрязнение окружающей среды из-за большого количества потока в городские населенные пункты;

- Сокращение числа сельских поселений приводит к заброшенности и запустению сельских территорий, выбытию из оборота продуктивных земель сельскохозяйственного назначения, что угрожает не только продовольственной, но и геополитической безопасности России. Низкий уровень комфортности проживания в сельской местности влияет на миграционные настроения сельского населения, особенно молодежи. Соответственно, сокращается источник расширенного воспроизводства трудоресурсного потенциала аграрной экономики.

- Отсутствие людей для работы на определенном рабочем месте в сельском поселении.

Все данные проблемы необходимо решать различными способами, для этого был составлен план рекомендаций.

- Во-первых, следует популяризовать сельскохозяйственную деятельность в селах, показать всю необходимость и почетность профессии фермера, а также преподавать фермерство как дисциплину в школах;

- Во-вторых, необходимо также популяризовать культуру народа и его достояние в школах, и проводить различные культурные мероприятия в школах в сельских местностях;

- В-третьих, нужно устроить давать и поощрять различными выплатами и бонусами, когда молодой специалист работает в родном селении после учебной деятельности;

- Также необходимо увеличивать количество рабочих мест в сельской местности для того, чтобы молодые специалисты могли работать как после школы, так и после университета, а для этого необходимо благоустраивать сельские поселения, улучшать и модернизировать технику сельского хозяйства;

Данные рекомендации необходимо учитывать местным органам самоуправления в селах для того, чтобы избежать и стабилизировать проблемы оттока населения из поселков в городские населенные пункты.

Список литературы:

1. Алексеев А.И., Сафронов С.Г. 2017. Типология сельских населенных пунктов европейской части России в современной демографической и социально-экономической ситуации // Вестник Московского университета. Сер. 5. Геогр.: 6: 55–61.
2. Антонов Е.В. 2016. Социально-экономическое развитие и рынки труда городов Урала, Сибири и Дальнего Востока в 1990–2010-х годах. Дисс. ... кандидата географических наук. Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. М. 247 с.
3. Балашова, Т.Н. Миграция и демография как неотложные направления развития приоритетных национальных проектов [Текст] / Т.Н. Балашова // Миграционное право. – 2018. – №1. – С. 19-21. 31.
4. Басик В.П. Правовое положение граждан Российской Федерации и иностранцев в России. – М.: МАНУСКРИПТ, 2016.
5. Григоричев К.В. 2018. В тени большого города: социальное пространство пригорода. Иркутск: Оттиск. 248 с.
6. Григоричев К.В. 2017. Субрегиональные миграции и формирование пригорода сибирского города // Мир большого Алтая: 1(3): 31–42.
7. Денисов Е.А. 2017. Миграционные процессы в городах российского Севера в 1990–2010-е гг. // Региональные исследования: 2(56): 44–55.
8. Карачурина Л.Б., Иванова К.А. 2017. Миграция пожилых в России (по данным переписи населения 2017 г.) // Региональные исследования: 3(57): 51–60.

**КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЛОГА
НА ИМУЩЕСТВО ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ
ИХ ЛИКВИДАЦИИ**

Ерастова Анастасия Евгеньевна

*студент,
институт онлайн-образования
Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации,
РФ, г. Москва
E-mail: nastja1998erastova@mail.ru*

**KEY PROBLEMS OF THE PERSONAL PROPERTY TAX
AND POSSIBLE WAYS TO ELIMINATE THEM**

Anastasia Erastova

*student,
Institute of Online Education
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

В статье демонстрируются некоторые ключевые проблемы налога на имущество физических лиц и возможные пути их ликвидации. Тема является актуальной, так как налог на имущество физических лиц является важным источником налогов в государственной казне. При этом он затрагивает большинство граждан России. В результате работы будет сделан вывод о важности проведения дальнейших корректировок этого налога для формирования наиболее справедливых для всех условий.

ABSTRACT

The article demonstrates some of the key problems of the tax on the property of individuals and possible ways to eliminate them. The topic is relevant, since the tax on the property of individuals is an important source of taxes in the state treasury. At the same time, it affects the majority of Russian citizens. As a result of the work, a conclusion will be made about the importance of further adjustments to this tax in order to form the most fair conditions for all.

Ключевые слова: налог на имущество, физические лица, налогообложение граждан, справедливое налогообложение, кадастровая стоимость.

Keywords: property tax, individuals, taxation of citizens, fair taxation, cadastral value.

Налог на имущество физических лиц является важной частью всей системы налогообложения в России. Денежные суммы, поступающие по нему в местные бюджеты, приблизительно равны 20%. При этом система налогообложения имущества физических лиц имеет несколько значительных недостатков, которые наносят урон гражданам или государству, в некоторых случаях обе стороны терпят ущерб. Важно ликвидировать эти проблемы для формирования наиболее благоприятной системы налогообложения. Таким образом, тема работы является актуальной сейчас.

Налог на имущество физических лиц налагается на каждое строение, находящееся в собственности физического лица. Наиболее часто граждане платят этот налог с жилых домов, квартир в многоквартирных домах или комнат в них, с гаражей или парковочных мест.

Проблемы в сфере налогообложения физических лиц, чаще всего, возникают в двух направлениях:

1. Принятые нормативно-законодательные акты;
2. Проблему в сфере администрирования налога.

Далее будем постепенно представлять каждую из проблем, которая относится к одному из указанных направлений. Первой проблемой является принятие закона, согласно которому налогооблагаемая стоимость здания определяется не по инвентаризационной стоимости, а по кадастровой стоимости. Ключевая причина возникновения проблемы – значительная разница между инвентаризационной и кадастровой стоимостью. В некоторых случаях ее разница может составить два или даже три раза. Частично проблема была решена решением постепенного увеличения стоимости налога – кадастровая стоимость стала умножаться на определенный коэффициент, который ежегодно увеличивался.

Отметим, что, согласно некоторым исследованиям, реальная заработная плата россиян в 2021 году была равна 2011 году, а значит, послабление лишь частично помогло в этом направлении [5].

Отметим, что переходить к кадастровой системе оценки было необходимо, так как инвентаризационная система устарела – она была сформирована еще во времена СССР. На данный момент инвентаризационная стоимость объекта недвижимости не является показателем, по которому можно судить о рыночной стоимости актива. Причина заключается в том, что инвентаризационная стоимость учитывает лишь: 1) цена материалов, потраченных на возведение здания; 2) уровень износа строения. Кадастровая стоимость более точно отображает рыночную стоимость объекта, так как для ее применения необходимо учесть множество факторов. Наиболее яркими примерами являются: 1) стоимость квартир на первых и последних этажах значительно ниже; 2) инфраструктура вокруг дома может оказать влияние на цену (наличие/отсутствие хорошего дорожного полотна, производств, важных социальных объектов; 3) объекты недвижимости в центре городов стоят значительно больше, по сравнению с их аналогами на окраине [3].

Важно выделить, что переход к кадастровой оценке полностью не решает вопрос о справедливой стоимости объектов недвижимости. Так, кадастровая оценка приближена к рыночной, однако, в некоторых случаях разница может составить даже более десяти процентов.

Еще одной проблемой является наличие разных данных у государственных органов России. Наиболее ярким примером является следующая ситуация – у Федеральной налоговой службы имеются одни сведения, а у Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии совершенно иные. В результате, ошибку нужно исправить, что ведет не только к дополнительным расходам денежных средств и времени, но и отложению вопроса о начислении налога.

Общеизвестно, что есть определенные правила, которые делают необходимым выплату НДФЛ с продажи имущества. Так, например, НДФЛ нужно

уплатить, например, если имущество было в собственности определенный малый срок. Для избегания чрезмерной уплаты НДФЛ, зачастую в договоре прописывается не рыночная, а инвентаризационная стоимости недвижимости, что создает проблемы не только относительного полного расчета НДФЛ, но и генерирует неверную рыночную стоимость объекта, что влияет на налог на имущество физических лиц.

Предоставление льгот тоже является проблемой изучаемого налога. Речь идет о том, что изменить ставку, исходя из кадастровой суммы или вида актива, местные власти могут, однако, повлиять на льготные группы не имеют права. В результате, только на федеральном уровне решается, кто в России будет платить полную стоимость налога на имущество, а кто сможет избежать таких выплат [4].

Перечень проблем можно продолжать достаточно долго. Так, например, важной является проблема: малого количества экспертов, способных провести оценку объектов недвижимости на достаточном уровне; сокрытия богатыми физическими лицами созданных ими недвижимых объектов; чрезмерная загруженность кадастровой службы и так далее.

Теперь рассмотрим наиболее приоритетные направления, способные хотя бы частично ликвидировать продемонстрированные проблемы:

1. Предоставление возможности местным властям самостоятельно решать, какие слои населения будут платить налог на имущество физических лиц, в каком объеме и тому подобные параметры. Это не только расширит полномочия местных властей, что увеличит целесообразность их работы, но и создаст наиболее справедливые условия по этому налогу на каждой территории;

2. Проведение регулярных проверок земель, в ходе которых будут выявляться объекты недвижимости на стадии построения. При этом важно сформировать положение, согласно которому на недостроенные объекты налог не будет налагаться;

3. Создание единой информационной системы, в которой вся новая информация будет быстро добавляться, что сделает невозможным существование у государственных служб устаревших данных;

4. Формирование возможности у граждан выбирать предпочтительную оплату налога. Так, например, можно предложить разбить его уплату на несколько месяцев для уменьшения налоговой нагрузки для граждан.

Отдельно стоит рассмотреть проблему чрезмерной налоговой нагрузки на граждан. Так, как уже было сказано, необходимый переход на кадастровую стоимость сделал налог на имущество физических лиц для многих граждан чрезмерным, несмотря на все попытки его минимизации со стороны Правительства. Данный переход был обусловлен не только объективным фактором – кадастровая стоимость наиболее верно отражает рыночную стоимость объекта, в отличие от инвентаризационной стоимости, но и не столь объективной причиной – Правительство пожелало увеличить налоговые поступления. Данный аспект демонстрирует, что введение кадастровой стоимости необходимое, но недостаточно справедливое действие. Согласно статистике, поступления в государственную казну после введения расчетов по кадастровой стоимости значительно увеличились в первый же год, несмотря на наличие значительно понижающего стоимость коэффициента.

Этот аспект продемонстрировал еще одну важную проблему – налог на имущество физических лиц практически не учитывает экономическое положение граждан. Льготы лишь частично решают данную проблему, на практике бедным слоям населения приходится платить чуть меньше, чем, например, среднему классу, что нельзя назвать справедливым налогообложением.

Введенное налогообложение по кадастровой стоимости дополнительно замедлило развитие экономики России. Это произошло потому, что владельцы существенного числа квартир и домов, которые они сдавали в аренду, в конце года стали получать чрезмерные налоговые письма. В итоге, им пришлось уменьшить размер своих владений, это привело к снижению их доходов и возможностей. Отметим, что после этого события, количество крупных арендаторов значительно снизилось, равно как и их спрос на любой вид недвижимости. К рядовым гражданам это тоже имеет отношение – владельцев нескольких объектов недвижимости становится все меньше (исключение – владение одним

жилым помещением и дачным участком, такая практика до сих пор является нормальной). В итоге, уровень недовольства такими изменениями среди населения достаточно высокий [2].

Подводя итог, делаем вывод о наличии некоторых важных проблем в сфере налогообложения имущества физических лиц. Во-первых, значительной проблемой стал переход с инвентаризационной на кадастровую оценку объектов недвижимости. Действие было необходимо, однако, это вызвало снижение спроса на недвижимость, замедление экономического развития, недовольство многих граждан и так далее. Во-вторых, существенное количество других проблем не решаются, а накапливаются, ухудшая все изучаемую сферу в целом.

Для хотя бы частичного решения выделенных проблем, были выделены некоторые основные аспекты. Так, создание единой информационной системы полностью ликвидирует проблемы существования у одних служб актуальной, а у других государственных органов уже устаревшей информации. В рекомендациях нет решения основной проблемы – чрезмерного налогообложения граждан в изучаемой области. Дело в том, что государство, теоретически, может нанять значительное количество оценщиков, которые за несколько лет смогут выявить настоящую рыночную стоимость каждого объекта, что сделает налогообложение максимально справедливым. Однако, на практике это невозможно не только вследствие существенных денежных расходов, но и вследствие отсутствия столь значительного числа оценщиков с достаточным опытом и знаниями. Таким образом, рекомендации были сформированы лишь по тем пунктам, где объективно государство может исправить ситуацию.

Подводя итог, делаем вывод о необходимости совершенствования изучаемой сферы. Если государство не будет развиваться в этом направлении, недовольство граждан будет увеличиваться, а экономике будет нанесен еще больший урон.

Список литературы:

1. Дикаева, Л.Х. Налог на имущество с физических лиц, проблемы администрирования / Л.Х. Дикаева // Школа Науки. – 2021. – № 6(43). – С. 52-55. – DOI 10.5281/zenodo.5036894. – EDN LOPNTC.

2. Курбанов, С.А. Налог на недвижимость: проблемы и перспективы / С.А. Курбанов, Ж.М. Аюбова // Социально-экономические и финансовые аспекты развития Российской Федерации и её регионов в современных условиях : материалы I всероссийской научно-практической конференции, Грозный, 23 апреля 2020 года. – Грозный: Чеченский государственный университет, 2020. – С. 317-321. – DOI 10.36684/20-2020-1-317-321. – EDN GAGBDV.
3. Малая, В.Л. Налог на имущество физических лиц: новые правила и новые проблемы / В.Л. Малая // Модернизация российского общества и образования: новые экономические ориентиры, стратегии управления, вопросы правоприменения и подготовки кадров : Материалы XXI национальной научной конференции (с международным участием), Таганрог, 16–18 апреля 2020 года. – Таганрог: Таганрогский институт управления и экономики, 2020. – С. 193-196. – EDN OLRPBL.
4. Метеж, В.Д. Проблемы и направления совершенствования налогообложения имущества физических лиц в РФ / В.Д. Метеж // Инновации. Наука. Образование. – 2020. – № 19. – С. 60-66. – EDN MQJSRS.
5. Шукаева, А.В. Современное состояние имущественного налогообложения физических лиц / А.В. Шукаева // Вестник Академии знаний. – 2021. – № 6(47). – С. 477-481. – DOI 10.24412/2304-6139-2021-6-477-481. – EDN GJBSVW.

НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Заволокина Анастасия Руслановна

Студент,

Финансовый Университет при Правительстве РФ,

РФ, г. Москва

E-mail: anzavolokina@yandex.ru

АННОТАЦИЯ

Целью данной работы является рассмотрение современных тенденций в регулировании и развитии налогового планирования в Российской Федерации. В рамках данной статьи были рассмотрены текущие изменения в законодательстве, и проанализирована общая экономическая ситуация в сфере налогового планирования. В результате чего, были сформированы дополнительные предложения по улучшению налогообложения данной отрасли.

Ключевые слова: налоги, налогообложение инвестиций, налоговое регулирование, налоговое планирование.

Инвестиционная деятельность не может существовать как саморегулирующийся процесс в условиях развития рыночной экономики. В связи с этим стоит отметить важность государственного регулирования инвестиционной деятельности.

Инвестиционные процессы не могут существовать отдельно от государственного регулирования так как это не позволило бы обществу и государству в частности решать общеэкономические и социальные проблемы.

Налоговое регулирование инвестиционной деятельности – это меры косвенного воздействия на инвестирование, путем изменения вида налогов, налоговых ставок, установления налоговых льгот, понижения или повышения налогообложения иностранных инвестиций. Так, снижение налогов способно стимулировать производство, а повышение налогов – сдерживать или даже подавлять некоторые виды деятельности. [6] Отсюда и появляется необходимость в инструментах налогового планирования.

Налоговое планирование можно описать как действия со стороны налогоплательщика по оптимизации налоговых платежей в рамках действующего законодательства.

Для того чтобы минимизировать затраты на налоговые платежи действующее налоговое законодательство разработало ряд механизмов. Эти механизмы принято называть инструментами налогового планирования.

Основными целями инструментов налогового планирования являются помощь в оптимизации налоговых платежей, минимизации налоговых потерь, повышении объёма оборотных средств предприятий.

В результате организация может увеличить возможности своего развития, повысить эффективность предприятия, выйти на более крупный рынок.

Делая выводы можно сказать, что основной задачей инструментов налогового планирования является решение вопросов снижения налоговых обязательств законными методами.

Наиболее актуальным вопросом в сфере налогообложения инвестиционной деятельности остаются вопросы оптимизации налогообложения организаций и вывода из «серого» сектора денежных средств.

Существует ряд проблем, которые необходимо решить, чтобы добиться притока инвестиций в промышленность, науку, производство, инновационные проекты.

Одной из основных проблем остается не структурированность льгот в налоговой системе РФ.

Также совершенствовать инструменты налогового планирования можно через конкретизацию величины льгот, отказ от малозначительных и контроль за их использованием.

Необходимо также закрепить понятие «налоговое планирование» в налоговом кодексе и способов контроля за использованием инструментов налогового планирования для избежание разночтения и упрощения системы контроля.

Исследование данной темы показало, что в сфере налогообложения многое из зарубежного опыта уже используется в российской практике, с учетом спе-

цифики налоговой системы и экономики страны. Такими примерами являются инвестиционный налоговый кредит, инвестиционные налоговые вычеты. Вместе с тем, зарубежный опыт налогового стимулирования инвестиционной деятельности, по-прежнему, представляет интерес для России. В частности, налоговые льготы, предусмотренные для бизнес-ангелов.

Суммируя все выше описанное, важно отметить, что знание налогового законодательства позволяет грамотно подойти к решению данного вопроса. Налогоплательщикам предоставлены широкие возможности в решении вопросов минимизации налогового бремени, поэтому главной задачей остается изучение законодательства РФ и решение связанных с ним проблем.

Список литературы:

1. Федеральный закон № 116 «Об особых экономических зонах в Российской Федерации».
2. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 17.02.2021)
3. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 20.04.2021)
4. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации

ТРЕНДЫ В НЕДВИЖИМОСТИ НА РЫНКЕ РФ

Ивойлов Илья Андреевич

*магистрант,
Кафедра отраслевого менеджмента,
Институт цифровой экономики,
управления и сервиса,
Новгородский государственный университет
имени Ярослава Мудрого,
РФ, г. Великий Новгород
E-mail: ilia@rrt.ru*

TRENDS IN REAL ESTATE IN THE RUSSIAN MARKET

Ilya Ivoilov

*undergraduate,
Department of Industry Management,
Institute of Digital Economy, Management and Service,
Novgorod State University
named after Yaroslav the Wise,
Russia, Veliky Novgorod*

АННОТАЦИЯ

Трансформация рынка недвижимости последние несколько лет происходит во многом за счёт таких нововведений как: онлайн-показы при продаже, строительство кварталов как экосистем, коллаборации с банковскими структурами, обогащение внешней среды, поиск новых сложных планировочных решений и иные новшества. Однако есть ещё и иные последствия изменения рынка, которые будут определять динамику развития.

ABSTRACT

The transformation of the real estate market over the past few years has been largely due to such innovations as: online displays for sale, the construction of neighborhoods as ecosystems, collaborations with banking structures, the enrichment of the external environment, the search for new complex planning solutions and other innovations. However, there are also other consequences of market changes that will determine the dynamics of development.

Ключевые слова: недвижимость, экосистемность, платформизация рынка недвижимости, инновации, новинки.

Keywords: real estate, ecosystem, real estate market platformization, innovations, novelties.

Все эксперты считают, что ключевым фактором инноваций на рынке недвижимости является изменение потребительского подхода к жилью. В целом люди стали выбирать более доступное и компактное жилье. Если в 2018 году средняя площадь приобретаемой квартиры составляла 59,2 кв. м., то в 2021 году этот показатель снизился до 56,8 кв. м. Аналогичная тенденция наблюдается и в Новой Москве – 48,2 кв. м. и 46,6 кв. м. соответственно.

Сейчас инвестирование в недвижимость является ценным ресурсом для накопления. Люди перешли к концепции, что инвестировать выгоднее, чем просто накапливать деньги. Покупает в основном молодое поколение – от 25 до 30 лет. На основе такого портрета эксперты определили пожелания потенциальных покупателей:

- Минимальный уровень участия в управлении, выбор "умных" домов и квартир.
- Высокий уровень комфорта и безопасности – преимущество в охраняемых и закрытых помещениях.
- Наличие возможности отдохнуть в вашем районе: близость развлекательных центров, парков.
- Комфортные условия для проживания с детьми и животными: наличие мест и зон для прогулок.
- Наличие парковки для автомобилей и других транспортных средств (велосипедов, скутеров).

Основываясь на преимуществах, некоторые застройщики заранее планируют строительство в соответствии с принципами ESG:

- создать доступные условия для электротранспорта на территории дома;

- использование возобновляемых источников энергии (солнечные батареи, тепловые насосы);
- использование устройства накопления энергии для повышения энергопотребления, чтобы люди не остались без света в случае сбоя;
- разработка систем, моделирующих нагрузки, тем самым снижая энергопотребление и расход топлива;
- проектирование помещения таким образом, чтобы на участке был доступен отдельный сбор мусора [5].

На нынешнем этапе развития инновации, связанные с появлением Интернета и ростом производительности сетей и компьютеров, ошеломили экономику и радикально повлияли на качество жизни миллиардов людей. Появление поисковых систем открыло пользователям возможность быстро и удобно искать необходимую информацию в Интернете и рекламировать предпринимателей и продвигать свои продукты [1].

Очевидным фактом современного общества является быстрое изменение жизни людей под влиянием развития Интернета. Появление и массовое распространение многофункциональных мобильных устройств, обеспечивающих человеку удобный доступ к возможностям Всемирной паутины, радикально изменило как общение людей между собой, так и каналы для рекламы и продажи различных товаров и услуг, в том числе на рынке жилой недвижимости. Отслеживая историю возникновения крупнейших в мире экосистем [2], следует отметить, что их создание произошло на основе крупных технологических компаний со значительным объемом данных и широкой клиентской базой. Обзор глобальных экосистемных брендов показал, что одной из особенностей России является ведущая роль финансового сектора в создании экосистем. Российские технологические компании также движутся в правильном направлении, расширяя спектр услуг на рынке недвижимости, включая предоставление финансовых услуг клиентам [1].

Единая экосистема состоит из взаимосвязанных элементов – цифровых платформ, которые обеспечивают доступ к услугам и услугам рынка недви-

мости. Таким образом, экосистема на рынке недвижимости может включать в себя основные блоки: образ жизни, финансы, электронную коммерцию, информационные технологии. Своевременное установление правил, ограничений и требований на рынке недвижимости можно считать наиболее благоприятным нормативным сценарием. Потому что понимание рисков, связанных с деятельностью платформ и экосистем, обеспечивает необходимую гибкость инструментов регулирования сделок с недвижимостью и их своевременную адаптацию к изменяющимся условиям. Следующей моделью развития экосистем на рынке недвижимости является позиционирование государства как значительного участника рынка платформенных решений. Его роль должна быть прозрачной и предсказуемой, при этом важно убедиться, что государство находится на равном расстоянии от участников рынка, а доступ к государственным информационным системам не является эксклюзивным. А национальное регулирование должно обеспечивать защиту конкурентной среды на внутреннем рынке в контексте потенциально быстрого роста доминирования глобальных экосистем [3].

ВТБ приступил к созданию открытой экосистемы. Принимая во внимание новые вызовы и угрозы, ВТБ наметил свою стратегию развития, основанную на цифровых партнерских отношениях. Таким образом, банк определил шесть ключевых отраслей для развития: технологические компании, рекламные услуги, электронная коммерция и розничная торговля, телекоммуникации, индустрия развлечений и транспортная индустрия. Одновременно ВТБ сейчас запустил жилую экосистему "Квадратный метр", которая предоставляет услуги по поиску, проверке, оценке и покупке недвижимости, а также по планированию и проведению ремонта. Клиентам предлагаются ипотечные кредиты как самого Банка ВТБ, так и банков-партнеров.

Не следует игнорировать тенденцию и новую роль управляющей компании. Потребители все больше интересуются ролью менеджеров в будущей домашней жизни, и теперь их функция распространяется на сообщество: добрососедство, досуг жителей. Именно за счет строительства коммуникаций решаются проблемы между жителями. Регулярные встречи, прозрачная отчет-

ность и мобильное приложение для создания приложений – это новый уровень отношений с менеджерами. Кроме того, в бизнес-классе все больше и больше услуг консьержа [6].

Если раньше дом был связан в первую очередь с квартирой, то теперь он связан со всем жилым комплексом, прилегающей к дому территорией и соседями, которые строят сообщества между собой, и Великобритания поддерживает их, организует всевозможные мероприятия: прогулки, йогу, семинары, фестивали. Например, "Атомстройкомплекс" стал пионером формата соседних центров и вызвал интерес потребителей к рынку [4]. С появлением льготной ипотеки появилось больше инвесторов, что привело к росту спроса на услуги по подготовке квартиры перед продажей.

Специалисты всех мастей, от фотографа до дизайнера, необходимы для быстрой и прибыльной продажи площадей. Эта тенденция сохранится, поскольку большинство считает инвестиции в недвижимость безопасными вложениями денег. Пандемия также увеличила спрос на пригородную недвижимость. Интерес пользователей на основе поисковой системы Яндекс вырос на 29% в категории "Пригородная недвижимость" с начала пандемии [7]. Спрос в 2021 году будет на 40% выше, чем в 2019 году. Однако потребитель, желающий покинуть город, не совсем понимает, как пригородная недвижимость может обеспечить ему прежний комфорт. Все это порождает страх перед неизвестным, непонятно с чего начать. По этой причине застройщики стали чаще предлагать сложные проекты загородной недвижимости, что позволило выполнить множество задач по содержанию дома и участка. Крупные разработчики организуют экосистему и продают готовые решения.

В начале марта 2022 года Центробанк экстренно поднял ключевую ставку более, чем в два раза – с 9,5 до 20%. Этот уровень – рекордный. Мера была принята на фоне ухудшения ситуации в экономике из-за санкций и обвала рубля, которые были спровоцированы событиями на Украине. До сих пор максимальной ключевой ставкой было 17% в конце 2014 года. Вслед за ростом ключевой ставки часть банков приостановила выдачу ипотеки, большинство же

кредиторов резко нарастили ставки по рыночным кредитам до свыше 20% годовых. Эксперты рынка сообщают, что выдача ипотеки сейчас ограниченная, одобрение кредита получают лишь единицы. Судьба льготных ипотечных программ до сих пор не решена, предварительно – власти намерены поднять ставки и по ним тоже.

Вывод. Поэтому мы видим важность поиска новых сегментов рынка и расширения на них воронки продаж, необходимость развития бренда строительных компаний на новом уровне. Совершенствование технологий продаж на рынках новостроек и загородной недвижимости поможет создать профессиональный статус и доверие потребителей. Новая роль управляющих компаний заключается в том, чтобы создать хорошее соседство, что является целью нового стандарта качества городской среды. Аналогичным образом, открываются новые инвестиционные возможности для увеличения прибыли от перепродажи жилых зданий путем постановки.

Список литературы:

1. Морщанина Н.И. Экосистемность как глобальный тренд на рынке недвижимости / Н.И. Морщанина // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – Т. 11. – № 7. – С. 1745-1758.
2. Морщанина Н.И. Основы предпринимательской экосистемы в сфере жилой недвижимости // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – № 6.
3. Panasenko S.V., Cheglov V.P., Ramazanov I.A., Krasil'nikova E.A., Stukalova I.B., Shelygov A.V. Improving the innovative development mechanism of the trade sector // Journal of Advanced Pharmacy Education and Research. – 2021. – № 1. – p. 141-146.
4. «Атомстройкомплекс» презентовал первый соседский центр [Электронный ресурс]. URL: <https://atomsk.ru/company/press/news/atomstroykompleks-prezentoval-pervyy-sosedskiy-tsentr/>
5. «Выбор стиля жизни»: тренды рынка недвижимости. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/cmrm/61ae14fd9a794765c2dbb3e2>
6. Роль и функции управляющей компании в холдинге. URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5c3f5d30bf238900a9aaa453/rol-i-funkcii-upravliaiuscei-kompanii-v-holdinge5cd420deba577c00b3daca63>
7. 10 трендов рынка жилой недвижимости-2021. URL: <https://ingraficon.ru/news/detail/4104>

РОЛЬ КОНКУРЕНЦИИ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Исмагилова Зарина Эмилевна

*студент,
институт теплоэнергетики и теплотехники,
направление экономика и управление
на предприятии теплоэнергетики,
Казанский Государственный Энергетический Университет,
РФ, г. Казань
E-mail: zarinaismagilova2002@mail.ru*

Нигматзянова Лейсан Ринатовна

*научный руководитель, старший преподаватель,
Казанский Государственный Энергетический Университет,
РФ, г. Казань*

THE ROLE OF COMPETITION IN A MARKET ECONOMY

Zarina Ismagilova

*student,
Institute of Thermal Power Engineering
and Heat Engineering, Economics and management
at a thermal power plant,
Kazan State Energy University,
Russia, Kazan*

Leysan Nigmatzyanova

*Scientific Supervisor, Senior Lecturer,
Kazan State Energy University,
Russia, Kazan*

АННОТАЦИЯ

Частная собственность и свобода предпринимательства дают предпринимателям право рисковать, а успех в бизнесе, который зависит от успешных предпринимателей, является сильной мотивацией для такого рода активизации. И есть еще один недостаток в развитии частной инициативы как принципа организации рыночной экономики. Она заключается в том, что личные интересы частных собственников могут повлиять на нормальное функционирование экономики или привести к серьезным дисбалансам в ее развитии, неопределенности субъектов экономики и, в конечном счете, к опасности под угрозой

существования самого рынка. Препятствием для такого неблагоприятного развития является конкуренция.

ABSTRACT

Private property and freedom of entrepreneurship give entrepreneurs the right to take risks, and success in business, which depends on successful entrepreneurs, is a strong motivation for this kind of activation. And there is another drawback in the development of private initiative as a principle of organizing a market economy. It lies in the fact that the personal interests of private owners can affect the normal functioning of the economy or lead to serious imbalances in its development, uncertainty of economic entities and, ultimately, to the danger of the existence of the market itself. The obstacle to such an unfavorable development is competition.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, экономика, рынок, предприниматели, покупатели.

Keywords: competition, competitiveness, economy, market, entrepreneurs, buyers.

Сегодня конкурентоспособность играет важную роль в экономике любой страны. Современная рыночная экономика представляет собой сложный организм, состоящий из широкого спектра производственных, коммерческих, денежных и информационных структур, взаимодействующих друг с другом в рамках междисциплинарной системы общепринятых мер экономического права и объединенных единым определением – рынок. Рыночные проблемы характеризуют особый тип экономической организации, в которой отсутствуют органы планирования или другие административные учреждения, регулирующие деятельность производителей и потребителей. Ключевым понятием, выражающим суть рыночных отношений, является понятие конкуренции (Concurrere – сталкиваться, конкурировать). [1] Конкуренция – соперничество между производителями (дистрибьюторами) продукции и в целом между всеми экономическими субъектами на рынке; борьба за рынки сбыта с целью получения наибольшего дохода, прибыли и других выгод. Опасность больших потерь заставляет биз-

несмена сделать что-то удивительное и приспособить свои расходы к низким рыночным ставкам. [2] Существуют различные типы конкурентного поведения участников рынка:

- творческое (креативное) – поведение, направленное на поддержание условий, обеспечивающих превосходство над конкурентами;
- адаптивный – учитывающий инновационные изменения продукта (копии) и предупреждающие действия конкурентов;
- развертывающий (гарантия) – поведение, направленное на удержание выигранных позиций.

То, как все организовано между производителем и потребителем, влияет не только на внешний вид страны, но и на общество в целом. Рассмотрим, что такое финансовая система и какие существуют типы экономических систем. Экономическая система – это совокупность принципов, отношений, которые определяют форму и содержание основных экономических отношений, возникающих в процессе производства, обмена, распределения и использования экономического продукта. В экономической теории существует 4 типа экономических систем [3]:

1. Традиционная экономика представляет собой исключительно сложную финансовую систему, в которой обычаи играют важную роль. Классическая экономика – это пережиток прошлого и отголосок варварской системы. Такая экономика существует в современном обществе и сейчас. В Южной Америке, Азии и Африке сбор, отлов и разведение по-прежнему осуществляются без использования передовых методов ведения сельского хозяйства. Примером конкуренции в такой финансовой модели является сезонный заработок за рубежом: сбор урожая, уход за цветами.

2. Рыночная экономика – это система, основанная на принципах свободного предпринимательства, многообразия форм собственности и конкурентных цен. Она отличается как от традиционной фермерской модели, так и от командной модели. Основными темами взаимодействия, в отличие от традиционных и планируемых систем, являются продавец и покупатель. Однако в рыночной

системе государственные органы также вмешиваются в деятельность экономических операторов, но в минимальных масштабах. В России, например, предельные цены устанавливаются на социально значимые товары. [6]

3. Командная экономика. Полная противоположность рыночной экономике. В командной экономике все ресурсы сосредоточены в руках государства. Поэтому оно решает, что продавать, кому, как и в каких количествах. Государство разрабатывает уникальный производственный план для каждой компании, в котором диктует, что и для кого производить.

4. Смешанная экономика. В настоящее время трудно найти в мире страну, которая придерживается одной определенной экономической модели, чаще используются несколько одновременно. Результат этих действий один – показать настоящий смысл конкуренции. [5]

Напряженность конкуренции резко отличается от одного рынка к другому. В одних секторах экономики практически все фирмы получают высочайшие выгоды, в иных же свойственны убытки, которые, получается, избежать только немногим фирмам. Таким образом, в удачных секторах экономики конкурентность сравнительно небольшая. Фирмы имеют все шансы существовать, развиваться и расти. Напротив, в неблагополучных секторах экономики идет жестокая борьба, нацеленная на абсолютное вытеснение соперников с рынка, так как для каждой фирмы победа над конкурентами считается вопросом выгоды или же проигрыша. [4] Конкурентоспособность по критериям рыночной экономики выполняет ряд функций, в числе которых:

- Адаптационная. Способность компаний адаптироваться к внешнему миру предоставляя потребителям то, что им нужно.
- Инновационная функция. Она способствует повышению качества товаров за счет внедрения современных технологий.
- Дистрибуция. Эта функция распределяет ресурсы. Рынок – это постоянно меняющийся живой организм. Каждый день предприниматели оценивают ситуацию и решают, имеет ли смысл продолжать вкладывать свои ресурсы в проекты или пришло время исследовать новые горизонты.

- Контролирующая. Она предотвращает появление монополии на рынке, дает предпринимателям свободу, не нарушает прав потребителей. [7]

Конкуренция – один из важнейших способов повышения эффективности всей экономической системы и всех ее связей. Как и любое явление, оно имеет свои положительные и отрицательные стороны.

Положительные аспекты конкуренции:

- постоянно заставляет нас искать и использовать новые возможности в производстве;
- способствует улучшению качества продукции;
- конкуренция снижает затраты (и цены);
- фокусируется на самой востребованной линейке продуктов;

Негативные аспекты

- существует жестокость по отношению к проигравшему в конкурсе;
- многочисленные "жертвы" в виде банкротств и безработицы.

Значение и роль конкуренции на платформе рыночных отношений несравненно значимы. Это помогает установить сбалансированное значение, уравнение спроса и предложения. На чисто конкурентном рынке отдельные компании мало контролируют цену продукта и имеют такую низкую долю в производстве, что увеличение или уменьшение производства не окажет заметного влияния на цену продукта. И производитель, и клиент всегда должны быть сосредоточены на рыночной стоимости. Таким образом, конкуренция помогает достичь компромисса между продавцами и покупателями.[8] На этом этапе становится ясно, что конкурентоспособность представляет собой идентичность частного и общественного энтузиазма. В связи с этим можно предположить, что конкуренция рассматривается как необходимое и решающее условие нормального функционирования рыночной экономики.

Список литературы:

1. <https://delen.ru/nyuansy-biznesa/rol-konkurencii-v-rynochnoj-ekonomike.html#funktsii-konkurencii-v-rynochnoy-ekonomike>

2. Агапова М.А. Управление конкурентными преимуществами предприятия / М.А. Агапова // Карельский научный журнал. – 2017. – Т. 6. – № 3 (20). – С. 81–84.
3. Войтоловский Н.В. Экономический анализ : учебник для академического бакалавриата / Н.В. Войтоловский, А.П. Калинина, И.И. Мазурова ; под ред. Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой, И.И. Мазуровой. – 5–е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 620 с.
4. Демченко С.К. Социально – экономическая система страны и проблемы ее эффективности / С.К. Демченко // Вопросы экономической теории. Макроэкономика. – 2019 – № 1. – С. 87–88
5. Коновалова Т.Л. Внутритраслевая конкуренция: стратегии и методы / Т.Л. Коновалова // Аграрный научный журнал. – 2018. – № 3. – С. 78–83.
6. Кравцевич С.В. Предмет – объектная сторона понятий «рынка» и «конкуренции» в исследовании «обмена» / С.В. Кравцевич // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. № 2 (28). С. 41–45.
7. Рамченкова М.С. Задачи анализа управления конкурентоспособностью коммерческой организации / М.С. Рамченкова // Вестник Тамбовского университета экономики и права. – 2019. – № 2. – С. 58–59.
8. Российская Федерация. Законы. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135–ФЗ (ред. от 27.12.2018) «О защите конкуренции» (с изм. и доп., вступ. в силу с 08.01.2019) // Собрание законодательства РФ, 31.07.2006, N 31 (1 ч.), ст. 3434.

ПРОБЛЕМЫ, ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Карасева Светлана Сергеевна

*магистрант,
кафедра экономики строительства и ЖКХ,
Санкт-Петербургский государственный
архитектурно-строительный университет,
РФ, г. Санкт-Петербург
E-mail: karasyova.svetik@mail.ru*

CHALLENGES FOR DIGITAL TRANSFORMATION OF SMALL AND MEDIUM BUSINESSES

Svetlana Karaseva

*master's Degree student,
Department of construction Economics
and Housing and Utility Infrastructure,
Saint-Petersburg State University of Architecture
and Civil Engineering,
Russia, Saint-Petersburg*

АННОТАЦИЯ

Готовность сферы малого и среднего предпринимательства к цифровой трансформации, проблемы внедрения новых технологий и материалов стали актуальны уже давно. Ежегодно развитие цифровых технологий набирает обороты. Важно, что эти технологии помогают руководителям организаций найти источники повышения эффективности и возможности устойчивого конкурентного развития. Данная работа посвящена изучению процесса цифровизации организаций малого и среднего предпринимательства. Субъекты данной сферы играют важную роль в обеспечении экономической и политической стабильности всей страны. Именно поэтому необходимо уделить должное внимание вопросам их функционирования и цифровой трансформации. Основная цель данной работы заключается в выявлении проблем применения цифровых технологий в развитии малого и среднего предпринимательства и в разработке рекомендации по их решению. В статье были изучены и проанализированы фундаментальные труды отечественных и зарубежных авторов, посвящённые

исследованию цифрового развития малого и среднего предпринимательства. Помимо этого, был проведен анализ статистических данных по данной теме. Эмпирическая часть исследования была посвящена анализу собранных с помощью опроса статистических данных. Респондентам эксперимента являлись студенты-магистранты Санкт-Петербургского государственного архитектурно-строительного университета, обучающиеся по программе Управления инновационным развитием строительных организаций. На основе полученных данных автором были обнаружены и выявлены основные проблемы цифровой трансформации организаций сферы малого и среднего предпринимательства. Практическая значимость заключается в разработке рекомендаций для решения выявленных проблем, связанных с применением цифровых технологий в сфере малого и среднего предпринимательства. Результаты данного исследования могут помочь руководителям организации в разработке стратегии цифрового развития.

ABSTRACT

The readiness of the sphere of small and medium-sized businesses for digital transformation, the problems of introducing new technologies and materials have become relevant for a long time. Every year, the development of digital technologies is gaining momentum. It is important that these technologies help the heads of organizations to find sources of efficiency improvement and opportunities for sustainable competitive development. This work is devoted to the study of the process of digitalization of small and medium-sized businesses. The subjects of this sphere play an important role in ensuring the economic and political stability of the whole country. That is why it is necessary to pay due attention to the issues of their functioning and digital transformation. The main purpose of this work is to identify the problems of using digital technologies in the development of small and medium-sized businesses and to develop recommendations for their solution. The fundamental works of domestic and foreign authors devoted to the study of the digital development of small and medium-sized e businesses were studied and analyzed in the article. In addition, an analysis of statistical data on this topic was carried out. The empirical part of the

study was devoted to the analysis of statistical data collected through the survey. The respondents of the experiment were undergraduates of the St. Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering, studying under the program of Management of innovative development of construction organizations. Based on the data obtained, the author discovered and identified the main problems of digital transformation of organizations in the sphere of small and medium-sized businesses. The practical significance lies in the development of recommendations for solving the identified problems associated with the use of digital technologies in the field of small and medium-sized businesses. The results of this study can help the leaders of the organization in developing a digital development strategy.

Ключевые слова: внедрение цифровых технологий, развитие малого и среднего предпринимательства, проблемы цифровизации, цифровая экономика.

Keywords: introduction of digital technologies, development of small and medium-sized businesses, problems of digitalization, digital economy.

Введение

Развитие и распространение новых технологий ежегодно набирает обороты. Как следствие, возникает необходимость быстрой адаптации малого и среднего предпринимательства (МСП) к новым требованиям социально-экономических отношений. Результаты исследования Института статистических исследований и экономики знаний анализ динамики распространения цифровых технологий в организациях показал, что к началу 2020 года 86,6% организаций использовали высокоскоростной интернет, что на 7,1% больше, чем в 2015 году. [8]. Важно, что такая динамика может свидетельствовать о росте конкуренции среди организаций малого и среднего сектора экономики.

Помимо создания и запуска бизнеса для МСП важной современно проблемой является вопрос функционирования и развития организации. В период с 2018 года по 2021 год в России наблюдалось сокращение общего числа субъектов МСП на 5% [6]. Данная проблема является актуальной, особенно сейчас,

в эпоху цифровизации. Устоявшимся бизнес-моделям сложно конкурировать без использования цифровых инструментов [4].

Выявленные проблемы и разработанные рекомендации по их решению помогут руководителям организаций избежать рисков при использовании цифровых технологий и грамотно составить план по развитию в данном направлении.

Стоит отметить, что роль малого и среднего предпринимательства велика, так как они имеют преимущества перед крупными предприятиями, например, мобильность, быструю адаптацию к изменяющимся потребностям рынка, государственную поддержку и т.д.

В своем исследовании А.В. Полянин, Ю.П. Соболева и В.В. Тарновский [3] разрабатывают рекомендации по повышению эффективности деятельности МСП на основе цифровизации бизнес-процессов. По мнению авторов, внедрение цифровых технологий может способствовать успешному развитию малого и среднего предпринимательства. Субъекты данной сферы способны повысить свою конкурентоспособность на рынке с помощью применения цифровых технологий. Организациям будет проще реализовывать свою деятельность.

В своей статье Е.А. Панфилова и С.Н. Комарова [2] отмечают, что 57% отечественных субъектов МСП не имеют своего сайта. Отталкиваясь от этого факта, можно сделать вывод, что уровень использования интернета в качестве информационных каналов среди объектов малого и среднего предпринимательства находится на низком уровне.

Стоит отметить, что государство играет важную роль в процессах цифровизации бизнеса. Зачастую проекты государственной поддержки помогают организации выйти на новый уровень производства и окупить осуществляемые инновации. В одной из своих статей, А.В. Мехренцев, Е.Н. Стариков и Е.С. Мезенцев [1] отмечают, что государство играет роль интегратора, инициирует создание инфраструктуры цифровизации и обеспечивает доступность системы для потенциальных участников. Тем самым оказывая значительное влияние на развитие процессов цифровизации.

Материалы и методы

Эмпирическая часть исследования была реализована в формате анкетирования с помощью сервиса Google Forms сети Интернет *(По требованию Роскомнадзора информируем, что иностранное лицо, владеющее информационными ресурсами Google является нарушителем законодательства Российской Федерации – прим. ред.). Респондентами опроса являлись студенты-магистранты кафедры Экономики строительства и жилищно-коммунального хозяйства Санкт-Петербургского государственного архитектурно строительного университета (СПбГАСУ), обучающиеся по магистерской программе «Управление инновационным развитием строительных организаций», в количестве 13 человек. Важно учесть, что ранее все эти студенты получили степень бакалавра по различным направлениям (экономика, юриспруденция, менеджмент, строительство, землеустройство и кадастры и т.д.) и при этом имеют знания в сфере инновационного развития организаций и экономики.

В настоящее время, при активном развитии цифровых технологий, наличие знаний в данной сфере имеет значительное влияние для развития специалиста любого направления в профессиональном плане. Предполагаем, что в университетах активно изучается вопрос проблем цифрового развития и мнение будущих специалистов будет полезным для данного исследования.

Цель данного исследования заключается в выявлении основных проблем внедрения цифровых технологий в малом и среднем предпринимательстве.

Для реализации поставленной цели необходимо было решить следующие задачи:

1. Определить, как хорошо респонденты разбираются в вопросах цифрового развития.
2. Узнать, о каких цифровых технологиях респонденты слышали ранее.
3. Определить, какие проблемы они считают наиболее значимыми в применении цифровых технологий в развитии малого и среднего предпринимательства.

Результаты

Для сбора эмпирических данных респондентам были заданы три вопроса с выбором одного или нескольких ответов:

1. Знакомы ли Вы с термином «цифровые технологии»?
2. О каких цифровых технологиях Вы когда-либо слышали?
3. Какие проблемы применения цифровых технологий в развитии МСП Вы считаете наиболее значимыми?

Уровень осведомленности магистрантов СПбГАСУ о цифровой терминологии отражен на рисунке 1.

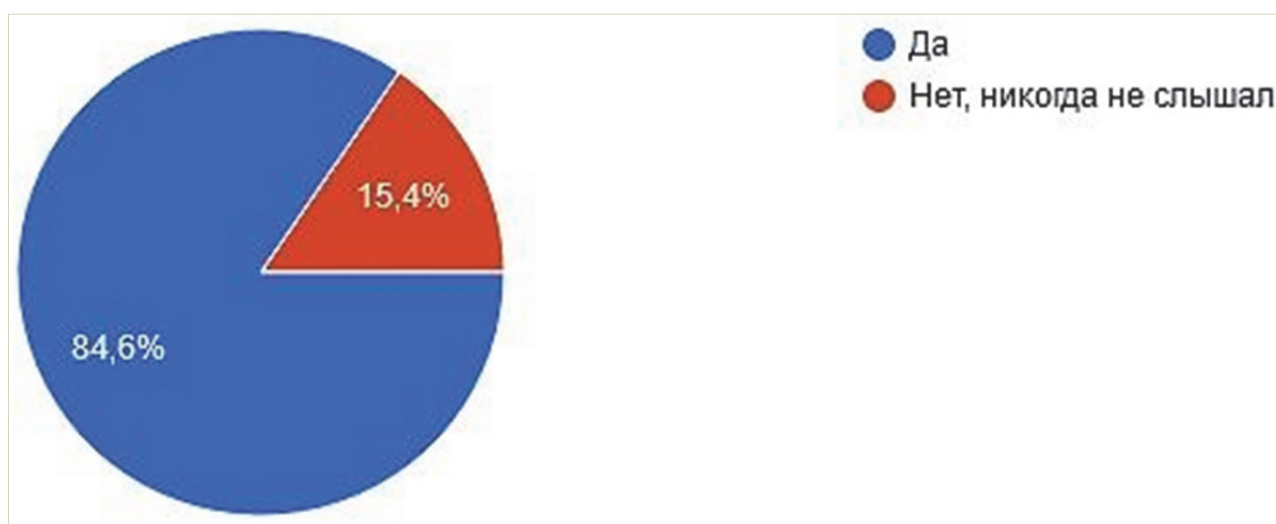


Рисунок 1. Результаты осведомленности о термине «цифровые технологии»

Анализ полученных данных показал, что большинство опрошенных знакомы с термином «цифровые технологии».

На рисунке 2 приведены статистические данные по второму вопросу о знании каких-либо цифровых технологий. Респонденты могли выбрать один или несколько вариантов ответа среди предложенных:

- ВМ-технологии;
- Технологии облачного хранения;
- Технологии виртуальной и дополнительной реальности (VR и AR);
- 3D печать;

- Технологии искусственного интеллекта (робототехника);
- Свой вариант.



Рисунок 2. Результаты осведомленности о существующих цифровых технологиях

Результат опроса показал, что наиболее популярными цифровыми технологиями оказались сервисы облачного хранения. На втором месте по популярности ответов технологии искусственного интеллекта (робототехника). Третье место разделили BIM-технологии и 3D печать, далее технологии виртуальной и дополнительной реальности. Некоторые респонденты привели свои варианты ответа, такие как цифровые телевизоры, фотоаппараты и дроны. Безусловно, все эти примеры можно отнести к разновидностям цифровых технологий. Таким образом можно сделать вывод, что уровень осведомленности о существующих цифровых технологиях среди респондентов высок.

К сожалению, многие предприниматели сталкиваются с рядом проблем при попытке перехода к цифровым технологиям. Несмотря на то, что цифровизация является одним из основополагающих и наиболее обсуждаемых направлений в развитии экономики, существует множество рисков, с которыми могут столкнуться субъекты малого и среднего предпринимательства строительной сферы.

Результаты третьего вопроса выявили наиболее важные проблемы применения цифровых технологий в развитии МСП по мнению респондентов (Рисунок 3). Стоит отметить, что респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа.



Рисунок 3. Наиболее значимые проблемы применения цифровых технологий в развитии МСП, по мнению респондентов

Анализ полученных данных позволил сделать вывод, что наиболее значимой проблемой студенты посчитали высокую стоимость зарубежного программного обеспечения. Низкий уровень квалификации работников и, как следствие, дорогостоящее обучение и низкий уровень использования информационных технологий в секторе малого и среднего инновационного предпринимательства, в сравнении с более развитыми странами мира оказались на втором месте. За каждую из этих проблем проголосовало чуть больше половины опрошиваемых. За проблему отсутствия необходимой инфраструктуры для выхода уникальных российских информационных продуктов как на мировой рынок, так и для внедрения в секторе МСП проголосовало 46% студентов. Некоторые респонденты указали проблему низких заработных плат специалистов данной сферы и низкое качество государственных программ по поддержки инновационного развития.

Таким образом можно сделать вывод, что гипотеза доказана, цель данного исследования достигнута, а поставленные задачи решены.

Обсуждение и заключение

Исходя из полученных результатов эмпирического исследования можно сделать вывод, что большинство будущих специалистов, обучающихся по магистерской программе «Управление инновационным развитием строительных организаций», интересуются проблемой цифрового развития, а уровень их осведомленности в данной теме достаточно высок.

Основываясь на проведенном анализе литературы и статистических данных, можно выделить основные риски и проблемы, возникающие при использовании цифровых технологий в развитии малого и среднего предпринимательства.

К основным факторам, сдерживающим внедрение цифровых технологий, можно отнести:

- высокую стоимость зарубежного программного обеспечение;
- низкий уровень развития инфраструктуры для выхода новых информационных отечественных продуктов на рынок и для внедрения в сфере МСП;
- недостаточный уровень использования информационных технологий среди организаций сферы МСП;
- низкий уровень квалификации сотрудников;
- дорогостоящее обучение и переобучение специалистов;
- консерватизм российских организаций, который выражается в недооценке и боязни российских предпринимателей возможностей цифровых изобретений.

С целью преодоления указанных проблем в рамках исследования и становления цифровой экономики, в частности в сфере малого и среднего предпринимательства Российской Федерации, автором были сформулированы следующие рекомендации:

- для преодоления проблем, выраженных в недостаточной квалификации кадров следует делать упор на переподготовке кадров, к примеру, организации могут принять участие Государственной программе развития цифровых компе-

тенций «Цифровые профессии» [10]. Помимо этого, существует большое количество платформ и сервисов, с помощью которых можно реализовать онлайн обучение. Например, WebTutor (WebSoft HCM) [9] – модульная HRM-платформа, позволяющая не только выстроить обучение, но и все HR-процессы: оценку компетенции, автоматизировать подбор и первичную подготовку кадров и т.д.;

- организация может сотрудничать с инновационными фондами, с целью получения финансовой поддержки и развития инновационных идей (например, существует Инновационный центр «Сколково» – научно-технологический инновационный комплекс по разработке и коммерциализации новых технологий, в рамках которого реализуется поддержка в виде грантов и различных льгот для организаций [7]);

- развитие инновационных идей с помощью сотрудничества с технопарками и бизнес-инкубаторами (например, Бизнес-инкубатор «Ингрия» [5], цель которого развитие инновационных стартапов, поддержка субъектов МСП в инновационной сфере путем оказания услуг по привлечению финансирования, предоставлению оборудованных рабочих мест и бизнес-сервисов);

- со стороны государства следует совершенствовать механизмы и программы развития цифровых компетенций;

- со стороны государства важно разработать и повсеместно внедрять системы стимулирования к использованию цифровых и инновационных технологий внутри организации (например, с помощью налоговых льгот, государственных заказов и других мероприятий).

Цифровые технологии для МСП позволят решить ряд проблем, которые препятствуют активной деятельности организации, повысить эффективность их работы, увеличения уровня конкурентоспособности. Результаты данного исследования помогут руководителям организаций малого и среднего предпринимательства избежать сопутствующих рисков при использовании цифровых технологий и в составлении стратегии цифрового развития организации.

Список литературы:

1. Мехренцев А.В., Стариков Е.Н., Мезенцева Е.С. Роль государства в цифровизации экономики // Россия: тенденции и перспективы развития. 2018. №13-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-gosudarstva-v-tsifrovizatsii-ekonomiki> (дата обращения: 24.05.2022).
2. Панфилова Е.А., Комарова С.Н. Формы поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в условиях цифровой трансформации // Естественно-гуманитарные исследования. 2020. №3 (29), С. 282-289. DOI: 10.24411/2309-4788-2020-10274
3. Полянин А.В., Соболева Ю.П., Тарновский В.В. Цифровизация процессов малого и среднего предпринимательства // Управленческое консультирование. 2020. № 4(136). С. 80-96. DOI 10.22394/1726-1139-2020-4-80-96.
4. Таланцев В.В., Равнянский А.К. Цифровая экономика и ее роль в развитии малого и среднего предпринимательства в России // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2018. – № 2. – с. 80-86.
5. Бизнес-инкубатор «Ингрия» [Электронный ресурс] URL: <https://ingria-startup.ru/> (дата обращения: 04.05.2022)
6. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] URL: <https://rmsp.nalog.ru/> (дата обращения: 17.02.2022)
7. Инновационный центр «Сколково» [Электронный ресурс] URL: <https://sk.ru/> (дата обращения: 04.05.2022)
8. Институт статистических исследований и экономики знаний [Электронный ресурс] URL: <https://issek.hse.ru/news/403473278.html> (дата обращения: 17.02.2022)
9. Официальная страница платформы «Webtutor» [Электронный ресурс] URL: https://webtutor.ru/_wt/main_web (дата обращения: 04.05.2022)
10. Программа «Цифровые профессии» [Электронный ресурс] URL: <https://profidigital.gosuslugi.ru/> (дата обращения: 29.04.2022)

**ЗАВИСИМОСТЬ СРЕДНЕВЗВЕШЕННОЙ СТОИМОСТИ КАПИТАЛА
(WACC) ОТ СЦЕНАРНОГО ВЫБОРА ДОЛГОВОЙ НАГРУЗКИ
НА ОСНОВАНИИ ДАННЫХ, ПОЛУЧЕННЫХ ИЗ ТЕРМИНАЛА
THOMPSON REUTERS (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ APPLE)**

Кочетков Илья Михайлович

студент,

Кафедра Мировых Финансовых Рынков и Финтех,

Российский экономический университет

имени Г.В. Плеханова,

РФ, г. Москва

E-mail: Kochetkovilya88@rambler.ru

**DEPENDENCE OF WEIGHTED COST OF CAPITAL (WACC)
ON SCENARIO CHOICE OF DEBT BURDEN ON THE BASIS
OF DATA RECEIVED FROM THOMPSON REUTERS TERMINAL
(BY THE EXAMPLE OF APPLE COMPANY)**

Ilya Kochetkov

student,

Department of World Financial Markets and Fintech,

Plekhanov Russian University of Economics,

Russia, Moscow

АННОТАЦИЯ

Оптимальная структуры капитала важная часть планирования деятельности организации. Оптимальная долговая нагрузка ключевой инструмент структуры капитала. Сценарный подход является одним из методов установления взаимозависимости данных понятий.

ABSTRACT

Optimal capital structure is an important part of the organization's activity planning. Optimal leverage is a key instrument of the capital structure. The scenario approach is one of the methods for establishing the interdependence of these concepts.

Ключевые слова: оптимальная структура капитала, оптимальная долговая нагрузка, средневзвешенная стоимость капитала, сценарный метод.

Keywords: optimal capital structure, optimal debt burden, weighted average cost of capital, scenario method.

Структура капитала любой организации формируется из собственных активов и заемных. При стратегическом планировании важно соблюдать баланс активов. Нарращивание долговых обязательств может служить средством для расширения производства или пространством для маневра на осуществления инвестиций в информатизацию. С другой стороны, чрезмерное заимствование может привести к необратимым последствиям, таким как невозможность платить по обязательствам или осуществлять текущую деятельность на запланированных мощностях.

В данной статье предпринята попытка оценить как изменение долговой нагрузки влияет на расчет средневзвешенной стоимости капитала (WACC) и какие сценарии выглядят предпочтительнее. К рассмотрению предложено 8 сценариев изменения долговой нагрузки по отношению к собственному капиталу.

Для получения актуальных и консистентных данных, были выгружены данные по компании Apple из терминала Thompson Reuters – поставщика аналитической информации для профессиональных инвесторов и бизнеса, является современным многофункциональным инструментом для анализа финансовой деятельности организации. Данные были выгружены по модулю Financial Summary, который включает в себя 10 разделов, с разбивкой по ключевым показателям. Период анализа: 10 отчетных периодов с 2012 г. по 2021 г.

| Financial Summary - Standardized (Company - Apple Inc) | 29-09-2012 | 28-08-2013 | 27-09-2014 | 26-08-2015 | 24-09-2016 | 30-09-2017 | 29-09-2018 | 28-08-2019 | 26-09-2020 | 25-09-2021 |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Selected Income Statement Items | | | | | | | | | | |
| Revenue from Business Activities - Total | 4 885 190 | 5 380 358 | 6 233 798 | 13 156 851 | 14 809 087 | 13 046 736 | 16 118 139 | 17 026 472 | 16 829 143 | 27 237 823 |
| Goodwill Impairment/Recovery - Total | 2 134 419 | 2 024 331 | 2 444 088 | 3 270 821 | 3 709 840 | 3 249 802 | 6 180 294 | 8 438 032 | 7 230 844 | 11 388 143 |
| Operating Profit before Non-Recurring Items/Expenses | 1 717 215 | 1 542 518 | 1 819 215 | 4 009 852 | 4 085 498 | 3 551 928 | 4 302 580 | 4 193 746 | 4 370 938 | 6 118 022 |
| Earnings before Interest, Taxes, Depreciation & Amortization (EBITDA) | 1 816 084 | 1 755 328 | 2 086 413 | 4 643 058 | 4 778 181 | 4 266 592 | 4 964 280 | 5 004 856 | 5 332 983 | 6 968 822 |
| Income before Discontinued Operations & Extraordinary Items | 1 297 307 | 1 189 948 | 1 369 011 | 3 000 794 | 3 086 198 | 2 878 428 | 3 703 783 | 3 616 098 | 3 958 058 | 7 054 813 |
| Selected Balance Sheet Items | | | | | | | | | | |
| Cash & Cash Equivalents | 330 060 | 490 637 | 541 820 | 1 383 294 | 1 310 434 | 1 189 780 | 1 699 240 | 3 157 920 | 2 967 719 | 2 636 567 |
| Cash & Short-Term Investments | 808 242 | 1 309 839 | 981 451 | 2 724 058 | 4 298 208 | 4 265 927 | 4 347 675 | 6 500 507 | 7 099 465 | 4 647 435 |
| Total Assets | 5 489 678 | 6 687 136 | 9 073 589 | 19 016 146 | 20 079 701 | 21 863 470 | 23 982 344 | 21 863 367 | 25 284 317 | 29 481 868 |
| Debt - Total | 5 489 678 | 6 687 136 | 9 073 589 | 19 016 146 | 20 079 701 | 21 863 470 | 23 982 344 | 21 863 367 | 25 284 317 | 29 481 868 |
| Common Equity - Total | 3 685 768 | 3 991 280 | 4 365 671 | 7 817 186 | 8 204 686 | 7 708 641 | 7 026 143 | 5 849 597 | 5 100 689 | 4 640 178 |
| Selected Cash Flow Items | | | | | | | | | | |
| Net Cash Flow from Operating Activities - OCF | 1 580 904 | 1 689 440 | 2 089 040 | 4 574 822 | 4 487 010 | 3 623 437 | 4 699 230 | 4 541 130 | 5 582 570 | 7 752 098 |
| Depreciation, Depletion & Amortization including impairment - Cash Flow - In Records | 101 868 | 212 716 | 275 327 | 633 708 | 711 892 | 604 686 | 661 689 | 821 108 | 782 325 | 840 796 |
| Capital Expenditures - Net - Cash Flow | 292 289 | 285 718 | 340 018 | 646 710 | 862 702 | 741 232 | 807 925 | 686 820 | 503 964 | 825 967 |
| Net Change in Cash - Total | 28 941 | 110 961 | 174 349 | 409 988 | 174 200 | 176 881 | 341 303 | 1 690 978 | 179 921 | 205 921 |
| Free Cash Flow Net of Dividends | 1 211 293 | 1 071 180 | 1 343 909 | 3 277 292 | 2 801 172 | 2 322 042 | 3 058 186 | 2 830 325 | 4 087 704 | 5 846 181 |

Рисунок 1. Financial Summary – Standardized

Данные выгрузки из терминала Thompson Reuters, по модулю Financial Summary, будут необходимы для расчета средневзвешенной стоимости капитала и построения сценарной модели долговой нагрузки.

Зачем нужен WACC и как его использовать в оценке долговой нагрузки

Средневзвешенная стоимость капитала является распространенным способом определения требуемой нормы прибыли, поскольку она выражает в одном числе доход, который требуют как держатели облигаций, так и акционеры, чтобы обеспечить компанию капиталом. В случае корпорации Apple, активы финансируются за счет имеющегося долга и собственного капитала. Средневзвешенное значение показывает, сколько процентов компания должна платить за каждый доллар, который она финансирует. Формула средневзвешенной стоимости капитала:

$$WACC = R_d K_d (1 - t) + R_E K_E$$

K_d – доля собственного капитала (рассчитывается исходя из величины долга компании),

K_E – доля заемного капитала,

R_d – стоимость заемного капитала (как правило, процентная ставка банковского кредита),

t – ставка налога на прибыль,

R_E – стоимость собственного капитала.

Предполагается, что доля собственного капитала для расчета WACC определяется по рыночной стоимости капитала компании и для публичной компании достаточно найти произведение текущей стоимости акций и их количества, что есть рыночная капитализация. [1]

На основании полученных данных в терминале формируется значение WACC как сумма весов по основным показателям в модели StarMine Weighted Average Cost of Capital Model. Средневзвешенная стоимость капитала = средневзвешенная стоимость долга + средневзвешенная стоимость собственного капитала + средневзвешенная стоимость привилегированных акций + вес долга + вес собственного капитала + вес стоимости привилегированных акций (выгрузка StarMine Weighted Average Cost of Capital Model представлена в таблице 1.

StarMine Weighted Average Cost of Capital Model

| Metric | Value | Identifier / Expression | Recalculated |
|---|-------------|---|-----------------|
| #VMR? | 8,774832063 | $WACC = K_E \cdot W_E + K_D \cdot W_D + K_P \cdot W_P$ | 8,774832063 |
| WACC Cost of Debt, (%) | 1,601840723 | $K_D = (K_{D,SHORT} \cdot W_{D,SHORT} + K_{D,LONG} \cdot W_{D,LONG}) \cdot (1 - tax)$ | 1,601840723 |
| WACC Cost of Equity, (%) | 9,145698636 | $K_E = R_f + \beta \cdot ERP$ | 9,145698636 |
| WACC Cost of Preferred, (%) | 0 | K_P | |
| WACC Equity Risk Premium, (%) | 6,208238825 | #VMR? | 6,208238825 |
| WACC Inflation Adjusted Risk Free Rate, (%) | 1,557891 | R_f | From WACC Model |
| WACC Debt Weight, (%) | 4,916139415 | W_D | |
| WACC Equity Weight, (%) | 95,08386058 | W_E | |
| WACC Preferred Weight, (%) | 0 | W_P | |
| WACC Tax Rate, (%) | 15,94384 | TAX | |
| WACC Short Term Debt Cost, (%) | 0,37 | $K_{D,SHORT}$ | #VMR? |
| WACC Long Term Debt Cost, (%) | 2,125 | $K_{D,LONG}$ | #VMR? |
| Beta | 1,222215809 | β | #VMR? |
| WACC Company Tax Rate Median, (%) | 15,94384 | $TBXCOMPANY_MEDIAN$ | |
| #VMR? | | | |
| Implied Weight of Short Term Debt (%) | 12,496914 | $W_{D,SHORT}$ | |
| Implied Weight of Long Term Debt (%) | 87,503086 | $W_{D,LONG}$ | |
| Unstable Tax Rate Adjustment Applied | No | | |

| Metric | Value | Identifier / Expression | Recalculated |
|-----------------------------------|------------|--|--------------|
| Country | US | | |
| Country ERP RIC | USGVERP=SM | | |
| #VMR? | | | |
| Country | US | | |
| Index | S&P 500 | | |
| ERP | 6,21 | ERP (ERP Model) | |
| Expected Market Return | 7,77 | $EMR = E_{rvt} \cdot DPR + GDP_{rvt10}$ | 7,76808061 |
| Inflation Adjusted Risk Free Rate | 1,56 | $R_f = I_{rvt10} + USY_{rvt10} - USI_{rvt10}$ | |
| Implied Dividend Payout Ratio | 78,38 | $DPR = \text{MAX}((ROE_{rvt10} - GDP_{rvt10}) / ROE_{rvt10}) \times 100, 0)$ | 78,38383838 |
| FY1 Earnings Yield | 4,45 | E_{rvt10} | |
| FY1 Return on Equity | 19,8 | ROE_{rvt10} | |
| FY10 Forecast GDP Growth | 4,28 | GDP_{rvt10} | |
| FY10 Forecast Inflation | 2,2 | I_{rvt10} | |
| 10 Year US Treasury Yield | #VMR? | USY_{rvt10} | |
| 10 Year US Inflation Forecast | 2,2 | USI_{rvt10} | |

Выбор оптимальной долговой нагрузки. Сценарный метод

Алгоритм обоснования оптимальной структуры капитала представляет собой перебор разных долей заемного капитала по отношению к собственным средствам, с последующим сопоставлением с точки зрения наращивания рыночной стоимости. Метод WACC (Weighted Average Cost of Capital) предполагает, что для разных весов заемного капитала в общем объеме рассчитываются стоимости капитала собственного и заемного. [2] Оценка WACC с учетом стоимости долга представлена в таблице 2.

Таблица 2.

Оценка WACC с учетом стоимости долга

| показатель | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| share of Debt | 0 | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 0,4 | 0,5 | 0,6 | 0,7 |
| share of Equity | 1 | 0,9 | 0,8 | 0,7 | 0,6 | 0,5 | 0,4 | 0,3 |
| D/E | 0 | 0,111111111 | 0,25 | 0,428571429 | 0,666666667 | 1 | 1,5 | 2,333333333 |
| beta un | 1,222215809 | 1,222215809 | 1,222215809 | 1,222215809 | 1,222215809 | 1,222215809 | 1,222215809 | 1,222215809 |
| tax | 0,1594384 | 0,1594384 | 0,1594384 | 0,1594384 | 0,1594384 | 0,1594384 | 0,1594384 | 0,1594384 |
| 1+(1-T)xD/E | 1,222215809 | 1,093395733 | 1,2101404 | 1,360240686 | 1,5603744 | 1,8405616 | 2,2608424 | 2,9613104 |
| beta lev | 1,493811483 | 1,33636555 | 1,479052727 | 1,66250767 | 1,907114259 | 2,249563484 | 2,763237322 | 3,619360385 |
| Equity, mln dollar | 4 580 176 | 4 580 176 | 4 580 176 | 4 580 176 | 4 580 176 | 4 580 176 | 4 580 176 | 4 580 176 |
| Debt, mln dollars | 0 | 508908,4756 | 1145044,07 | 1962932,691 | 3053450,853 | 4580176,28 | 6870264,42 | 10687077,99 |
| EBIT, mln | 8 118 027 | 8 118 027 | 8 118 027 | 8 118 027 | 8 118 027 | 8 118 027 | 8 118 027 | 8 118 027 |
| D/EBIT | 0 | 0,062688688 | 0,141049548 | 0,241799225 | 0,376132128 | 0,564198191 | 0,846297287 | 1,316462446 |
| Interest payment, mln | | | | 1 055 894 | | | | |
| Фактический объем долга | | | | 9 115 850 | | | | |
| ставка процента по кредиту | 0 | 0,07 | 0,09 | 0,115830593 | 0,12 | 0,14 | 0,16 | 0,18 |
| kd effective | | 0,058839312 | 0,075650544 | 0,097362748 | 0,100867392 | 0,117678624 | 0,134489856 | 0,151301088 |
| ce | 0,108318294 | 0,098543675 | 0,107402036 | 0,118791357 | 0,133977118 | 0,155237184 | 0,187127282 | 0,240277447 |
| 1-T | 0,8405616 | 0,8405616 | 0,8405616 | 0,8405616 | 0,8405616 | 0,8405616 | 0,8405616 | 0,8405616 |
| share of Debt | 0 | 0,1 | 0,2 | 0,3 | 0,4 | 0,5 | 0,6 | 0,7 |
| share of Equity | 1 | 0,9 | 0,8 | 0,7 | 0,6 | 0,5 | 0,4 | 0,3 |
| WACC | 0,108318294 | 0,093635114 | 0,098639417 | 0,107705766 | 0,114300373 | 0,127076658 | 0,142679118 | 0,161107753 |

По результатам данного сценарного подхода и на основе полученных данных, построен график, иллюстрирующий движение WACC в зависимости от изменения доли заемного капитала (представлен на графике 1). То есть, увеличение долговой нагрузки увеличивает и средневзвешенную стоимость капитала. Компания имеет возможность занимать, причем, даже при сценариях, где для долга больше, чем доля собственных активов выглядит наиболее предпочтительной

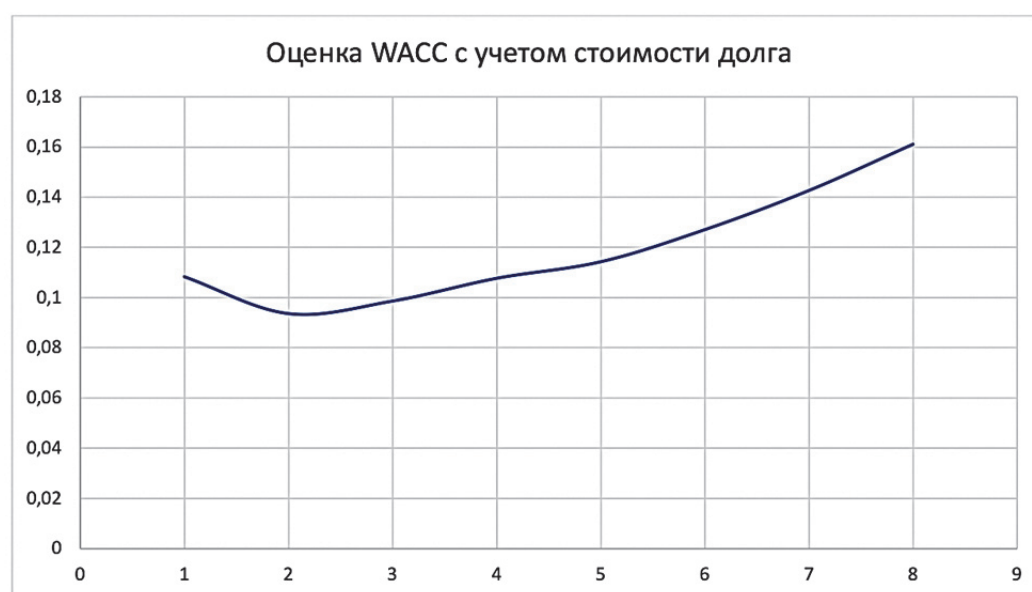


График 1. Оценка WACC с учетом стоимости долга

Заключение

Сценарный подход при разных долях долговой нагрузки продемонстрировал тренд: при увеличении долговой нагрузки в соотношении 1/9 и 2/8 к собственному капиталу, средневзвешенная стоимость капитала снижалась (сценарий 1 и 2), но начиная со сценария 3 и до сценария 8, средневзвешенная стоимость капитала увеличилась. Очевидно, в данном тренде нашло отражение специфика финансовой устойчивости самой компании и сильные показатели самой устойчивости, такие как: коэффициент срочной ликвидности, коэффициент текущей ликвидности, валовая прибыль, операционный доход и чистая прибыль. Что в целом отражает позиции компании в отрасли как лидера.

Вывод: компания имеет возможность увеличивать заимствование без серьезных последствий на структуру капитала.

Список литературы:

1. Работа на заемном капитале. Оптимум долговой нагрузки компании: от теоретических концепций к практическим модельным обоснованиям (часть 2). статья Теплова Т.В. и Геталова А.С. URL: <https://fmlab.hse.ru/data/2013/11/15/1334099794/Теплова%20Геталова%205%202013.pdf> (дата обращения 01.06.2022)
2. Работа на заемном капитале. Оптимум долговой нагрузки компании: от теоретических концепций к практическим модельным обоснованиям (часть 1). статья Теплова Т.В. и Геталова А.С. URL: <https://publications.hse.ru/articles/101722230> (дата обращения 31.05.2022)
3. Современные методы оценки ценных бумаг и информационно-аналитические решения THOMSON REUTERS. URL: Connecting the global financial community <https://docplayer.com/49494748-Sovremennye-metody-ocenki-cennyh-bumag-i-informacionno-analiticheskie-resheniya-thomson-reuters.html> (дата обращения: 30.05.2022 г.)
4. Официальный сайт Thomson Reuters URL: <https://www.thomsonreuters.ru/ru/about-us.html> (дата обращения: 01.06.2022 г.).
5. Статья Корпорация Apple. Досье. URL: https://tass.ru/info/1425116?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru (дата обращения: 14.05.2022 г.).
6. Сайт Investing.com URL <https://ru.investing.com/> дата обращения: 01.06.2022 г.)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ В XXI ВЕКЕ

Куклина Ксения Сергеевна
*студент,
кафедра экономики,
Технологический университет,
РФ, г. Королев*
E-mail: ksyu.kuklina.0202@mail.ru

Могучев Борис Дмитриевич
*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Технологический университет,
РФ, г. Королев*
E-mail: sadpoet@mail.ru

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY IN RUSSIA IN THE XXI CENTURY

Ksenia Kuklina
*Student, Department of Economics,
Technological University,
Russia, Korolev*

Boris Moguev
*scientific supervisor,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Technological University,
Russia, Korolev*

АННОТАЦИЯ

Цифровая экономика – это будущая степень развития экономической системы за счёт трансформации всех сфер деятельности под влиянием информационных технологий. Степень влияния Интернета и других инноваций невозможно игнорировать в настоящее время. В статье рассмотрены теоретические основы понятия цифровой экономики, а также перспективы её развития в современной России.

ABSTRACT

The digital economy is the future stage of the development of the economic system due to the transformation of all spheres of activity under the influence of information

technology. The degree of influence of the Internet and other innovations cannot be ignored at present. The article discusses the theoretical foundations of the concept of digital economy, as well as the prospects for its development in modern Russia.

Ключевые слова: цифровая экономика; цифровая трансформация; цифровая экономика России; цифровые технологии; электронный бизнес.

Keywords: digital economy; digital transformation; digital economy of Russia; digital technologies; electronic business.

Введение. Мир, как нам всем известно, постоянно меняется, а одной из главных движущих сил является цифровая трансформация. Суть цифровой трансформации не в полном переходе бизнеса на просторы Интернета, а в использовании технологий для переосмысления, рационализации и автоматизации укоренившихся бизнес операций и процессов. Речь идёт об использовании новейших технологий, чтобы делать то, что уже делается, но эффективнее в несколько раз. Цифровая трансформация означает внедрение цифровых технологий для преобразования бизнеса, который производит продукцию или предоставляет услуги. Это достигается заменой ручных-нецифровых процессов цифровыми или заменой устаревших цифровых технологий модернизированными. Экономика также переживает цифровую трансформацию, и сегодня это происходит с невообразимой скоростью.

Что же такое цифровая экономика? Цифровая экономика – это деятельность, основанная на цифровых технологиях, связанная с электронным бизнесом и электронной коммерцией, и производимых и сбываемых ими цифровыми товарами и услугами [3]. Расчёты за услуги и товары такой экономики производятся зачастую цифровой валютой – электронными деньгами. Цифровую экономику следует понимать, как результат трансформационных эффектов новых технологий общего назначения в области информации и коммуникации, которые влияют на все секторы экономики и социальной деятельности [5]. Основой является гиперсвязность, которая означает растущую взаимосвязь между

людьми, организациями и техникой в результате улучшения Интернета, Интернета вещей и мобильных технологий.

Вклад цифровой экономики в показатель ВВП рассчитывается от прибыли IT-компаний и компаний связи; компаний, деятельность которых базируется на IT-технологиях, например, интернет-магазины. Очевидно, что цифровая экономика предоставляет новые возможности, как в создании продукта или услуги, так и в репрезентации их потенциальному покупателю. Одним из главных преимуществ в данной сфере обладают «технологические платформы», к самым известные на сегодняшний день относятся AliExpress, eBay, OZON, Amazon, а в России – Avito, Wildberries.

В отличие от государства, преимуществом является открытость и отсутствие большого количества входных барьеров. Достаточно потратить несколько минут для регистрации, чтобы начать продавать товары или услуги – начать бизнес. Более того, с интегрированными в платформу специальными интерактивными инструментами, возможность представить товар лучшим образом и обеспечить охват максимального круга потенциальных покупателей значительно возрастает. Продавец всегда видит есть ли спрос на товар, что даёт ему возможность управлять продажами и контролировать спрос. Всё это способствует оптимизации процесса, которая влечет за собой дополнительную прибыль.

Важным приоритетом в развитии России, на сегодняшний день, является переход большей части страны на цифровую экономику. Согласно последним данным, объём рынка Интернет-торговли в России за 2021 год вырос на 52% и составил 4,1 трлн. рублей. Доля электронной торговли от российского рынка ритейла в России составила 12%. Самым быстрорастущим направлением в Интернет-торговле стала продажа продуктов питания и последующая её доставка. Объём за прошлый год вырос на 159% до 329 млрд руб. На пять компаний-лидеров – «Сбермаркет», «Самокат», «Вкусвилл», «Яндекс.Лавка» и «Delivery Club» по количеству заказов, в 2021 году пришлось более 70% рынка онлайн-продаж продуктов. В 2022 году, по прогнозам, российский рынок доставки продуктов питания и еды из общепита вырастет на 114% до 703 млрд руб. [4]

Осознание перспектив развития цифровой экономики и понимание важности её развития на сегодняшний день присутствует и на государственном уровне. В России реализуется ряд проектов, направленных на развитие электронной инфраструктуры и стимулирование цифрового сегмента экономики: национальные проекты «Цифровая экономика Российской Федерации»; «Нормативное регулирование цифровой среды»; «Информационная безопасность»; «Информационная инфраструктура»; «Цифровые технологии»; «Кадры для цифровой экономики»; «Цифровое государственное управление». На рисунке 1 наглядно показан бюджет проекта «Цифровая экономика». Исходя из этих данных, можно сделать вывод о том, что значительная часть бюджета государства заложена на развитие и поддержание цифровой экономики.



Рисунок 1. Бюджет федеральных проектов национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации»

Цифровая экономика развивалась и ранее, однако Правительство РФ намеренно ускорить процесс развития. Экономика должна быть модернизирована как можно скорее, так как это единственный способ добиться устойчивого экономического развития и роста и выйти на уровень стран ЕС.

Главной проблемой в современной России является медленная адаптации и неполное использование цифровых технологий. Всё это связано с тем, что экономические операторы менее конкурентоспособны, страна не в состоянии быстро справиться с неравенством доходов, безработицей и затрудненным доступом на мировые рынки [2]. Развитие цифровой экономики важно для улуч-

шения и укрепления экономических отношений. Именно благодаря этому работа людей станет легче и быстрее в несколько десятков раз, так как процесс станет более простым и технологичным. Однако стоит отметить, что эти новшества приведут к потребности переобучения населения, с чем Правительство РФ обещает помочь. Согласно исследованиям McKinsey «Цифровая Россия: новая реальность», ВВП России за счёт цифровизации экономики может увеличиться на 4,1-8,9 трлн рублей к 2025 году, что составит от 19 до 34% ожидаемого роста ВВП [1]. Для того чтобы достичь данную цель России необходимо сохранять среднегодовой темп роста объёмов цифровой экономики на уровне 12%.

Заключение. Активное внедрение и развитие цифровых технологий уже в значительной степени изменили не только нашу повседневную жизнь, но и производственные отношения, повлияли на структуру экономики. Дальнейшее развитие цифровых технологий может не только оптимизировать отрасли экономики, но и сформировать новые цифровые направления, имеющие потенциал как на внутреннем, так и на внешнем рынках. На данный момент эти ниши ещё не освоены в полной мере, поэтому Россия имеет шанс занять лидирующие позиции в данной сфере.

Список литературы:

1. McKinsey: цифровизация экономики может увеличить ВВП России на 8,9 трлн рублей к 2025 году: сайт. – URL: <https://www.banki.ru/news/lenta/?id=9850852> (дата обращения: 15.05.2022). – Текст: электронный.
2. Авдеева И.Л., Головина Т.А., Парахина Л.В. Развитие цифровых технологий в экономике и управлении: Российский и зарубежный опыт // Вопросы управления. 2017. № 6. С. 50-56.
3. Глоссарий.ru: Сетевая экономика: сайт. – URL: http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_sch2.cgi?RRlylig9!_qutusoqg%23thetop (дата обращения: 15.05.2022). – Текст: электронный.
4. Рынок Интернет-торговли в России за год вырос более чем на 50%: сайт. – URL: <https://www.vedomosti.ru/business/news/2022/03/22/914638-rinok-internet-torgovli-v-rossii-za-2021-god-viros-v-poltora-raza> (дата обращения: 15.05.2022). – Текст: электронный.
5. Юдина Т.Н. Осмысление цифровой экономики /Т.Н. Юдина // Теоретическая экономика. – 2016. – №3. – С. 12-16.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Лантратова Алёна Сергеевна

студент,

факультет Мировая экономика и Право,

Сибирский государственный университет путей сообщения,

РФ, г. Новосибирск

E-mail: mh.pklmf@yandex.ru

Купреева Наталья Юрьевна

научный руководитель, старший преподаватель,

Сибирский государственный университет путей сообщения,

РФ, г. Новосибирск

Шматков Руслан Николаевич

научный руководитель, канд. физ.-мат. наук, доц.,

Сибирский государственный университет путей сообщения,

РФ, г. Новосибирск

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются возможности и роль интернет-маркетинга в современном мире. Приводятся актуальные тенденции, которые позволяют успешно развивать интернет-маркетинг.

Ключевые слова: интернет, маркетинг, товар, услуга, производитель, потребитель, онлайн, реклама.

Из-за сложности современного мира каждый должен ориентироваться в маркетинге. Необходимо знать, как работает рынок, кто на нем находится, какова его природа. Вопросы, которые охватывает маркетинг, разнообразны. Прежде всего, это постоянное совершенствование организации управления компанией, улучшение дизайна и качества товаров и услуг, эффективная ценовая политика, формирование спроса, продвижение с помощью рекламы, организация технических служб, расширение спектра предоставляемых услуг. во время после-продажного обслуживания. Этот вопрос сейчас актуален как никогда.

Современная маркетинговая концепция – это позиционирование предпринимателя по отношению к потребителю. Основная цель – привести производство

в соответствие со спросом. Усилия по рынку услуг должны быть направлены на создание разнообразных товаров, отвечающих потребностям населения. Внешний вид продукта, потребительские характеристики и послепродажное обслуживание очень важны.

В старой экономике особое внимание уделялось стандартизации, единообразной маркетинговой политике и массовому производству. В условиях новой экономики, с постоянно увеличивающимся и постоянным притоком информации, компании начинают лучше понимать потребителей. То есть переход от стандартизированного к более персонализированному подходу.

Поскольку многие компании на современном рынке изменили методы своей работы, маркетинговые усилия также необходимо адаптировать. Потребители теперь предпочитают совершать большую часть своих покупок в Интернете, поэтому компании хотят направить свою деятельность туда, то есть они рассматривают электронную коммерцию как средство продвижения. Исследования показывают, что онлайн-пользователи обычно покупают в Интернете книги, одежду, продукты питания и другие товары. Электронная коммерция также открывает двери для отношений между клиентами через социальные сети и форумы, предоставляя возможности для обмена опытом и обсуждения различных продуктов. Интернет упростил и ускорил потребителям предоставление отзывов компаниям о любых товарах и услугах.

Интернет позволил таким игрокам, как Ozon, Wildberries, Lamoda и другим, предлагать различные товары, такие как бытовая техника, книги, одежда и многое другое, непосредственно своим клиентам. Этот шаг потряс многих традиционных дистрибьюторов и розничных продавцов, которые впоследствии были вынуждены закрыть свой бизнес. Излишне говорить, что некоторые устоявшиеся игроки на рынке добились успеха благодаря силе своего бренда и непониманию бизнес-моделей существующими онлайн-игроками [2].

По мере того, как компании начинают работать, их внимание смещается на разработку удобного, полезного и привлекательного веб-сайта, который поможет обеспечить надежное и корректное взаимодействие с потребителями. Дизайн,

техническое обслуживание и безопасность веб-сайта особенно важны для создания комфортных условий для потребителей.

Ключевые тенденции, которые позволят вам добиться успеха в онлайн-маркетинге, включают:

1. Передача контента в формате видео. По статистике, 96% пользователей смотрят видео о товаре, чтобы больше узнать о товаре, и в 95% случаев они принимают решение о покупке товара после просмотра видео.

2. Демонстрация разделения общих ценностей. Все компании участвуют в общественной жизни в силу того, что они существуют. И их позиция, вернее, доказательство этой позиции, становится чрезвычайно важной. Покупатели хотят знать, о каких ценностях сообщает организация.

3. Реализация «Чат-робота». Чат-боты позволяют клиентам получать информацию в любое время суток, сокращая время ответа до секунд и не вызывая конфликтов между клиентами и сотрудниками из-за отсутствия человеческого фактора.

Интернет-маркетинг предлагает организациям более эффективный способ выхода на рынок, поскольку он не требует затрат, которые обычно влечет за собой традиционный маркетинг. Затраты обычно включают печать брошюр, рекламные почтовые расходы и рекламу на рекламных щитах. Снижая затраты, интернет-реклама позволяет организациям получать более высокие доходы [1].

Однако почему интернет-маркетинг играет важную роль в современном мире?

Во-первых, это повышает узнаваемость организации. В прежние времена большинство предприятий были ограничены местом, которое могли видеть только те, кто жил поблизости. Время от времени об этом месте можно услышать от жителей города, из уст в уста. Однако сегодня миллионы людей могут видеть организацию через несколько цифровых точек одновременно. Создание надежного присутствия в Интернете через ваш веб-сайт, платную рекламу, платформы социальных сетей позволяет вам расширить свою видимость способами, которые ранее считались невозможными.

Во-вторых, это обеспечивает двустороннюю связь с клиентом. Организации больше не единственные, кто решает, как воспринимаются их бренды, продукты и услуги, как и потребители. Через каналы социальных сетей, рейтинговые и обзорные советы и форумы потребители могут выражать свое одобрение или неодобрение продукта, или услуги и влиять на решения. Клиенты также могут напрямую подключаться к организациям и наоборот. Поддерживая связь с клиентами с помощью последующих электронных писем, персонализированных предложений и благодарственных писем, организации могут строить отношения и формировать чувство общности вокруг своего бренда.

В-третьих, это позволяет проводить более детальное исследование рынка. Изучение потребительских предпочтений, привычек и демографии играет важную роль в маркетинге. Установить правильную аудиторию сложно, если сначала не будет собрана и записана нужная информация. Кроме того, если организации не знают, кто их клиенты, чего они хотят, сколько они готовы за это платить, и кто их конкуренты, может быть сложно создать и предоставить правильный продукт или услугу. В Интернете есть множество возможностей и инструментов, которые позволяют маркетологам более точно собирать данные о потребителях и отслеживать их действия и предпочтения.

Интернет-маркетинг оказал огромное влияние на многие сферы бизнеса, в том числе на музыкальную индустрию, банковское дело, рынок портативных электронных устройств (мобильных телефонов, плееров и т.д.), так называемые «блошиные рынки», а главное, рекламу.

В музыкальной индустрии многие потребители начали покупать и скачивать музыку в формате MP3 через Интернет вместо того, чтобы покупать компакт-диски.

Интернет-маркетинг также повлиял на банковскую отрасль. Все больше и больше банков предлагают свои услуги онлайн. Онлайн-банкинг более удобен для клиентов, так как избавляет от необходимости каждый раз посещать банк или его отделения. Онлайн-банкинг – одно из самых быстрорастущих направлений интернет-бизнеса. Повышение скорости вашего интернет-соединения играет

в этом чрезвычайно важную роль. Услугами онлайн-банкинга пользуются около 44% всех пользователей Интернета.

Популярность онлайн-аукционов выросла, а блошинные рынки боролись за выживание. Уникальные предметы, которые раньше можно было найти на блошинных рынках, теперь продаются на онлайн-аукционах, таких как eBay. Кроме того, развитие аукционов сильно повлияло на цены на уникальные и антикварные предметы. Если раньше было сложно найти информацию о ценах, то теперь вы можете увидеть цены на аналогичные предметы на аукционах. И хотя бы иметь примерное представление о стоимости предмета, ведь всегда можно узнать, за что продается та или иная вещь. Все больше и больше продавцов таких товаров ведут бизнес онлайн из дома.

Влияние на рекламную индустрию было и остается огромным. Всего за несколько лет онлайн-реклама взлетела до десятков миллиардов долларов в год. Рекламодатели стали активно менять свои предпочтения, и сегодня реклама в Интернете заняла большую рыночную нишу (в развитых странах), чем реклама на радио [3].

В заключение хотелось бы отметить, что во время пандемии коронавируса интернет-маркетинг успешно зарекомендовал себя и вышел на более высокие позиции.

В то время как многие люди сидят дома, боясь заболеть или уже заболели, а магазины временно закрыты, рост интернет-услуг только начинается. Интернет, как всеобъемлющий источник информации, который можно использовать практически в любой ситуации, обладает инструментами, с помощью которых потребители могут постоянно участвовать в коммуникации бренда. Инструменты могут быть в визуальном, текстовом, аудио и видео форматах. В результате полностью сокращается временной разрыв между сообщением о событии, происходящем в бренде или в мире, и его конечным получателем (целевой аудиторией).

В Интернете аудитория также могут покупать товары. Модернизация обслуживания клиентов и высококачественные инструменты передачи данных –

например, появление онлайн-примерочных комнат – помогли процессу онлайн-покупок быть не хуже, а иногда и лучше, чем офлайн-покупки. Это позволяет покупателям выбирать товары в Интернете, в конечном итоге возвращать или покупать товары, а также поддерживать отзывы о бренде, не выходя из дома. После эпидемии магазины возобновили полноценную деятельность, но люди привыкли пользоваться онлайн-сервисами, что привело к снижению офлайн-посещаемости и дало новый импульс для большего развития интернет-маркетинга.

К сожалению, интернет-маркетинг ориентирован в первую очередь на современную аудиторию. Многим пенсионерам, несмотря на наличие мобильных телефонов и даже навыки работы в Интернете, довольно сложно получить интернет-услуги и товары, методы, к которым они привыкли, в принципе уже не применимы, поэтому им следует начинать маркетинг через Интернет.

Сегодня трудно найти крупную промышленную компанию, которая не рекламирует себя в Интернете. Тенденцию роста легко проследить по постоянному расширению торговых площадок онлайн и увеличению их количества. Торговые площадки давно перестали быть досками объявлений, они выросли из них. Сегодня некоторые из них выросли в крупные компании, предлагающие комплекс маркетинговых услуг. В то время как количество этих сайтов увеличивается, растет и цена участия в таких сайтах (т.е. привилегированное членство).

Список литературы:

1. 10+ главных трендов интернет-маркетинга в 2022 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/340803-10-glavnyh-trendov-internet-marketinga-v-2022-godu> (дата обращения: 20.04.2022)
2. Роль интернет-маркетинга в современном мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://energymuseum.ru/roly-internet-marketinga-sovremennom-marketinge/> (дата обращения: 20.04.2022)
3. Современный маркетинг в современном мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trade.bobrodobro.ru/56782> (дата обращения: 20.04.2022)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ХОДЕ АУДИТА РАСЧЕТОВ С ПОСТАВЩИКАМИ И ПОДРЯДЧИКАМИ

Леонтьева Маргарита Анатольевна

*студентка 4 курса,
направления подготовки 38.05.01 Экономическая безопасность,
Северо-Кавказский федеральный университет,
РФ, г. Ставрополь
E-mail: margarileontjeva@yandex.ru*

Макарьева Виктория Юрьевна

*канд. экон. наук.,
доц. кафедры экономической безопасности и аудита,
Северо-Кавказский федеральный университет,
РФ, г. Ставрополь
E-mail: witocha@yandex.ru*

USE OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE DURING THE AUDIT OF SETTLEMENTS WITH SUPPLIERS AND CONTRACTORS

Margarita Leont'eva

*4th year student, areas of study 38.05.01 Economic security,
North Caucasian Federal University,
Russia, Stavropol*

Victoria Makar'eva

*Candidate of economics sciences, associate professor,
department of economic security and audit,
North Caucasian Federal University,
Russia, Stavropol*

АННОТАЦИЯ

Во всех организациях значительная часть расчетных операций осуществляется с поставщиками и подрядчиками, соответственно обращает внимание контролирующих органов на оборот материальных ресурсов и средств и правильность постановки и ведения учета данного объекта. Учет всех проводимых операций расчетов с поставщиками и подрядчиками в организации является неделимой и очень важной частью для бухгалтерского учета в любой организации, что и определяет актуальность выбранной темы.

ABSTRACT

In all organizations, a significant part of settlement transactions is carried out with suppliers and contractors, respectively, attracts the attention of regulatory authorities to the turnover of material resources and funds and the accuracy of setting and keeping records of this object. Accounting for all ongoing transactions of settlements with suppliers and contractors in an organization is an indivisible and very important part for accounting in any organization, which determines the relevance of the chosen topic.

Ключевые слова: финансы, экономика, общество, аудит, расчеты с поставщиками и подрядчиками, контрагенты.

Keywords: finance, economics, society, audit, settlements with suppliers and contractors, contractors.

Во всех организациях значительная часть расчетных операций совершается с поставщиками и подрядчиками, соответственно привлекает внимание контролирующих органов к обороту материальных ресурсов и денежных средств и точности постановки и ведения учета данного объекта. Учет всех проводимых операций расчетов с поставщиками и подрядчиками в организации представляет собой неделимую и весьма важную часть для проведения бухгалтерского учета в любой организации, что предопределяет актуальность выбранной темы.

Вне зависимости от направлений работы организации, каждая организация ежемесячно вносит платежи за коммунальные расходы, использует различные услуги транспортных организаций, тем самым постоянно находится во взаимодействии с поставщиками и подрядчиками – контрагентами, которые осуществляют поставки ТМЦ, либо же предоставляют оказание услуг или работ для организации. Допущение ошибок в проведении учетных операций касаясь расчетов с контрагентами, может вызвать ряд негативных финансовых последствий для самой организации. К таким последствиям можно отнести задержку поступления финансов, сбои в самой системе финансирования организации и иные. Аналитический учет расчетов с разными кредиторами и дебиторами поз-

воляет своевременно корректировать налогооблагаемую базу, а с ее помощью можно определить размер резервного фонда, который необходимо создать при выявлении сомнительной задолженности.

Стоит отметить существующие новые технологии бухгалтерского учета, которые напрямую коснутся учета операций с поставщиками и подрядчиками. Блокчейн – это цифровая книга транзакций, которая распределяется по всей сети компьютерных систем. Это могут быть внутренние сети, частные сети или публичные сети. Каждый блок в цепочке содержит ряд транзакций, которые могут быть просмотрены и проверены всеми в сети. Всякий раз, когда новая транзакция добавляется в блок, каждый участник также получает запись об этой транзакции. По сути, это позволяет транзакциям, управляемым на блокчейнах, быть полностью прозрачными. В настоящее время данное направление активно развивается внутри банковского сектора.

Технологии Blockchain позволяют бизнесу совершенствовать свои процессы. Например, это поможет компаниям доверять друг другу, когда дело доходит до управления транзакциями – негде спрятаться от неоплаченного счета, если он находится в блокчейне. Точно так же он также может помочь с ведением учета – особенно полезно для бухгалтеров – потому что записи не могут быть подделаны или подделаны. Кроме того, каждая транзакция может быть проверена несколькими разными участниками в блокчейне. Технологии Blockchain также очень безопасны. Множественные проверки поддерживают порядок, и каждая транзакция также записывается с уникальной и неизменяемой криптографической подписью, называемой хэшем.

Поскольку он опирается на независимую проверку, блокчейн может быть использован вместо традиционного внешнего аудита. Видимость блокчейна означает, что несоответствия будет невозможно скрыть. Запись транзакций в стандартизированные совместные регистры поможет аудиторам быстрее работать с записями, позволяя им проверять транзакции, используя свои уникальные хэш-ключи.

Для бухгалтеров самое большое и важное использование блокчейна заключается в его способности хранить и хранить неизменные записи транзакций. Вы сможете гарантировать, что любые сделки, которые совершают ваши клиенты или компании, могут быть записаны и сохранены в цепочке. Это поможет руководителям быть в курсе происходящего, а также сделает «болезненно медленный» аудит «делом прошлого». На самом деле, около 29% высокотехнологичной автоматизации можно найти в бухгалтерских функциях, в то время как 22,8% предприятий стремятся внедрить ту или иную форму автоматизации в ближайшие годы. Технология автоматизации бухгалтерского учета позволит завершить процессы или процедуры с минимальной человеческой помощью.

Пандемия коронавируса вынудила многих людей работать удаленно. И руководители не должны ожидать, что большинство компаний вернутся в офис на полный рабочий день – действительно, 54% финансовых директоров планируют сделать удаленную работу постоянным вариантом даже после того, как пандемия утихнет. Такого рода изменения изменят требования к офисам, домам, компьютерному оборудованию и программным средствам, которые бухгалтеры используют для выполнения своих задач.

Раньше было так, что предприятия сами управляли своими делами. Однако благодаря росту цифровых платформ, таких как Uber Eats, Square и Shopify, компании отдают на аутсорсинг все большее число своих критически важных функций. Например, 44% предприятий розничной торговли и ресторанного бизнеса планировали модернизировать свои системы ресторанных точек в 2020 году. Более того, потребительский спрос на эти услуги огромен – 85 % потребителей приобрели что-то с помощью мобильного приложения, в то время как 49% покупателей загрузили как минимум два приложения во время пандемии коронавируса, чтобы купить еду и напитки.

Проще говоря, сделка с третьей стороной – это продажа или коммерческая сделка, в которой участвуют покупатель, продавец и другая третья сторона. Часто эти третьи стороны действуют почти как посредники, помогая облегчить продажу или покупку товаров или услуг. Однако, хотя эти роли традиционно могли

выполнять страховые брокеры, автомобильные брокеры или продавцы автомобилей, цифровые технологии привели к тому, что сторонние транзакции взорвались с платежными платформами и приложениями для бизнес-агрегаторов.

Участие третьих лиц приносит пользу клиентам, потому что оно предлагает уровень доверия, который может быть нетипичным для небольшого независимого бизнеса, у которого они хотят купить. Это также значительно облегчает клиентам поиск и взаимодействие с предприятиями. Однако это приносит пользу бухгалтерам, потому что малые предприятия смогут получать полезную информацию, связанную с продажами, прибылью и доходом, которая превысит их традиционные возможности. Ваши бухгалтеры будут гораздо менее напряжены, так как приложения и платформы выполняют большую часть тяжелой работы.

Используя сторонние услуги, компании предоставляют бухгалтерам еще один источник информации о сделках своих клиентов. Больше информации – это всегда хорошо, и это должно облегчить проверку транзакций. Сторонние сервисы будут вести свои собственные записи транзакций, что поможет вам обеспечить правильное отслеживание всех транзакций ваших клиентов. Некоторые сервисы предлагают открытые API, и опытные бухгалтеры могут подключить их к новым системам, чтобы автоматически отслеживать транзакции – как повышая надежность, так и экономя ваше время.

Компьютеры безвозвратно изменили рабочие места с момента их появления. Однако изменения, которые будут введены благодаря блокчейну, автоматизации, облаку и сторонним поставщикам, будут сигнализировать о новой эре бухгалтерского учета. Эти новые технологии позволят значительно повысить эффективность и производительность труда, а также обеспечат бухгалтерам лучший баланс между домашней и трудовой жизнью.

Привлечение третьих лиц в любом случае подвергнет бизнес новым рискам, но также потенциально снизит рабочую нагрузку и приведет к более надежному бухгалтерскому учету. Гибкие методы работы могут привести к более разнообразным рабочим местам, а также позволить компаниям находить лучших

рекрутов в разных местах. Однако не все рабочие места могут чувствовать себя комфортно с удаленной работой в долгосрочной перспективе.

Автоматизация не приведет к тому, что роботы заменят бухгалтеров, но это приведет к тому, что некоторые утомительные процессы уйдут в прошлое. Это также поможет бухгалтерам тратить больше времени на более важные задачи. Технологии Blockchain предлагают огромные преимущества бухгалтерским фирмам, с более надежными транзакциями и большим доверием между организациями.

Однако на сегодняшний день все расчеты организации с покупателями и поставщиками осуществляются при помощи платежных поручений, либо в виде товарообменных операций (это касается в основном бартерных сделок), либо же в порядке уступки права требования, договора мены инкассовыми поручениями, аккредитивами, векселями, чеками.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855 (дата обращения: 11.05.2022).
2. Приказ Минфина РФ от 06.07.2019 № 43н (ред. от 08.11.2020, с изм. от 29.12.2018) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99)» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document> (дата обращения 10.05.2022).
3. Маховикова, Г.А. Инвестиционный процесс на предприятии / Г.А. Маховикова, В.Е. Кантор. – М.: СПб: Питер, 2017. – 176 с.

УПРАВЛЕНИЕ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ

Мамилов Джабраил Шамсудинович

студент,

*Южно-Российский институт управления –
филиал Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте
Российской Федерации,
РФ, г. Ростов-на-Дону
E-mail: www.amina06@mail.ru*

Филимонцева Елена Михайловна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Южно-Российский институт управления –
филиал Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте
Российской Федерации,
РФ, г. Ростов-на-Дону*

АННОТАЦИЯ

В статье раскрыты понятийные аппараты деловой активности и управления ею, приведены основные стратегии управления деловой активностью, описаны стадии реализации данного процесса.

ABSTRACT

The article reveals the conceptual apparatus of business activity and its management, provides the main strategies for managing business activity, describes the stages of implementation of this process.

Ключевые слова: деловая активность организации, управление организацией, маркетинг, стратегия и планирование.

Keywords: business activity of the organization, organization management, marketing, strategy and planning.

Существующие тенденции экономической стагнации нашего государства, близкой к кризисной ситуации, создают среду повышенного риска предприятий и инвесторов, повышая степень недоверия их друг к другу и к партнерским отношениям, основанной на риске быстрого упадка той или иной компании. Так,

одним из показателей адаптации хозяйствующего субъекта к реалиям рынка является уровень его деловой активности.

Управление же данного типа показателем представляется как разработка и реализация программ, мер и мероприятий, направленных на те или иные действия по улучшению деятельности организации. Так, можно выделить некоторые примерные аспекты управления деловой активностью, где: в период близкого банкротства или упадка применяется кризисный менеджмент и оптимизация, а в период стабильной работы разрабатываются и реализуются меры, направленные на расширение производства, увеличение оборота и снижение затрат.

Однако, в общем итоге, все меры сводятся к единой цели любой коммерческой организации – снижению издержек и получению максимальной прибыли. Достижение же данных показателей предполагает осуществление успешной коммерческой деятельности в рамках рациональной хозяйственной политики.

Так, Анискин Ю.П. позиционирует деловую активность как результат воздействия разного вида деятельностей (от производственной до инновационной) на общее состояние компании [1, с. 4].

Мы же предлагаем обособить тезис, позиционирующий деловую активность организации как комплексное понятие, не только являющееся показателем результативности деятельности субъекта, но и, в первую очередь, итоговым эффектом происходящих финансово-хозяйственных операций, влияющего в дальнейшем на стабильность и уверенность развития предприятия. Добавляя к вышеизложенному, стоит сказать, что зависимыми от того, как скоро превратятся вложенные активы в реальные деньги, становятся такие показатели, как рентабельность, ликвидность, финансовое состояние и платежеспособность и, как следствие, конкурентоспособность.

Как и любой структурный и внутриорганизационный процесс, управление деловой активностью так же представляет собой совокупность системно взаимодействующих направлений аналитической и управленческой деятельности. Как указывалось ранее, направление самой управленческой деятельности фор-

мируется исходя из первичных ситуационных показателей о качестве функционирования хозяйствующего субъекта на момент принятия резолюций. Так, во внимание попадают:

1. Внешняя и внутренняя экономическая обстановка как государства, так и отдельного сектора, в котором функционирует организация;
2. Стадия экономического развития хозяйствующего субъекта;
3. Уровень и качественные показатели деловой активности организации [4, с. 258].

Традиционно выделяются следующие направления для осуществления управления деловой активностью:

1. Социально-экономическое управление хозяйствующим субъектом- предполагает достижение каких-либо общеэкономических результатов положительного характера в ходе своей деятельности;

2. Управление эффективностью производственных процессов – включает в себя анализ эффективности в области использования имеющихся ресурсов организации, аналитику оборотных средств и соответствие исполнения плана, а также возможную аналитику и разработку мер по привлечению активов и капитала для производственного расширения или стабилизации хозяйствующего субъекта;

3. Управление доходами и инвестиционными процессами организации – закономерно предполагает аналитику и вынесение управленческих решений в области привлечения инвестиционных ресурсов, обеспеченности организации и ее наполненности активами.

В качестве необходимой ремарки к описанию каждого из упомянутых блоков заметим то, что предварительно перед принятием управленческого решения проводится структурная аналитика деятельности и ее результатов у организации, ведь стоит учитывать о невозможности создания рациональной программы действий на поле информационного дефицита, а планы, созданные на таком базисе, будут носить лишь вероятностный характер, что может привести к излишней

трате ресурсов, проседании производственных или операционных процессов, а так же к иным не благоприятным исходам.

Другие классификации так же принимают во внимание такие сепарации управления деловой активностью, как процесс управления сбытовой деятельностью, который включает в себя аналитику и принятие управленческих резолюций в области конкурентоспособности продукции хозяйствующего субъекта, а также произведения расчетов с потребителем.

Кроме этого, считаем необходимым упомянуть о таком направлении как управление маркетинговой деятельностью, которая в некотором роде весьма схожа с блоком социально-экономического управления, представляя собой, по сути, схожую с ним единицу.

Закономерным будет и тот факт, что любой сектор управления деловой активности весьма плотно взаимосвязан с остальными, что говорит о невозможности игнорирования или обособления некоторых из них как от общих аналитических сведений, так и от итоговых процессов исполнения поставленных задач и итоговых результатов.

Важно отметить то, что часто классификация некоторых стратегий управления по своему сущностному содержанию соответствует категориальному аппарату понятия «деловая активность». Наиболее известной представляется градация, исходящая из темпов развития предприятия, согласно которой стратегии управления деловой активностью делятся на: агрессивную стратегию; умеренную стратегию; консервативную стратегию [5, с. 149].

Существующие реалии располагают колоссальным количеством типов и вариаций стратегий, пригодных для квалификации если не в качестве примера управления деловой активностью, то хотя бы в виде прототипа для данного типа деятельности внутри хозяйствующего субъекта.

Так, в частности, по функциональному признаку авторам хотелось бы обособить ресурсную, производственную и маркетинговую стратегии. По стадиям экономического развития выделяют стратегии роста, стабилизации, сокращения деятельности.

Исходя из тезиса о том, что все процессы в организации, аналитические данные и функционирование каждого из субъектов плотно взаимосвязано, следует сделать вывод о таком же тесно коррелирующем с каждым из блоков типов применяемого резолюционного блока. Данное обстоятельство предполагает более целесообразным использование нескольких стратегий одновременно, что позволяет принимать во внимания и грамотно взаимодействовать со всеми обстоятельствами внешней и внутренней среды, влияние которых будет существенно для хозяйствующего субъекта.

Завершающим этапом в управлении деловой активностью является оценка эффективности осуществления этого управления, которая дает возможность определить качество управления деловой активностью предприятия, актуальность и целесообразность выбранной стратегии, определить основные ошибки и упущения [2, с. 138].

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, управление деловой активностью организации представляет собой один из основополагающих процессов, в зависимости от которого находится эффективное осуществление деятельности хозяйствующего субъекта, его адаптивные качества к условиям экономической среды, ресурсообеспеченность, возможности по расширению и, что главное, максимизации прибыли, а также минимизации расходов с выполнением условия сохранения качества.

Однако, достаточно разрозненный понятийный аппарат и несколько неоднородное развитие экономического и маркетинговых учений приводит к некоторой путанице и подмене понятий в области избрания блоков стратегической градации изучаемой тематики, что дает основание полагать о необходимости дальнейшего развития учения с целью получения грамотной структурированной системы в области понятийного аппарата управления деловой активностью организации.

Список литературы:

1. Годящев М.А. Особенности управления деловой активностью предприятия // Электронный научно-практический журнал «Синергия». 2019. №3.

2. Джевицкая Е.С. Управление деловой активностью организации: причины снижения эффективности // Друкеровский вестник. 2020. №1 С.134-143.
3. Джевицкая Е.С. Повышение финансово-экономической безопасности предприятия на основе управления его деловой активностью // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2016. – № 11. – С. 22.
4. Петракова Н.И. Проблемы и перспективы развития внутреннего контроля на предприятии / Н.И. Петракова. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2018. № 13. С. 257-260.
5. Макарова Д.А., Юдаева Н.Ю. Методические основы анализа деловой активности // Академическая публицистика. – 2018. – № 12. – С. 149.

ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРЫ РЕСЕЙЛА НА РЫНОК ОДЕЖДЫ В РОССИИ

Орешкин Максим Алексеевич

*студент,
кафедра статистического анализа и оптимизации
сложных технических и экономических систем,
Московский авиационный университет (НИУ),
РФ, г. Москва
E-mail: maks-oreh03@mail.ru*

Комаров Алексей Валерьевич

*научный руководитель, канд. пед. наук, доц. кафедры 518,
Московский Авиационный Университет (НИУ),
РФ, г. Москва*

IMPACT OF RESALE CULTURE ON THE RUSSIAN FASHION INDUSTRY

Maxim Oreshkin

*student,
Department Statistical Analysis and Optimization
of Complex Technical and Economic Systems,
Moscow Aviation University (NRU),
Russia, Moscow*

Alexey Komarov

*candidate of Sciences in Pedagogical,
associate professor, Department 518,
Moscow Aviation University (NRU),
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

Современная модная индустрия развивается стремительными темпами.

Одежда в 21-м веке является неотъемлемым атрибутом повседневной жизни каждого человека, а успех массового производства из предмета первой необходимости превратил ее в инструмент демонстрации финансовой состоятельности. Рынок ресейла – один из наиболее доступных россиянину способов приобрести люксовый товар сегодня. В статье рассматривается его влияние на рынок одежды в России.

ABSTRACT

The modern fashion industry is developing at a rapid pace.

Clothing is a every person's daily life attribute in the 21st century.

The success of mass production is why clothes has become a tool for demonstrating financial solvency. The resale market is one of the most affordable ways for Russians to purchase luxury goods today. The article discusses its impact on the clothing industry in Russia.

Ключевые слова: ресейл, рынок одежды, апсайклинг, ресейлплатформы.

Keywords: resale, fashion industry, upcycling, resale platform.

Сегодня индустрия вторичной продажи одежды показывает значительный рост, пока что не сравнимый по объемам с продажами магазинов массовой торговли, но, по заверениям аналитиков, обещающий сравняться с ними уже в ближайшем будущем [10]. За последние пять лет рынок ресейла увеличился вдвое [11]. Пандемия, увеличившая показателя онлайн-продаж любой одежды, не только повторно проданной, также способствует его развитию.

Согласно оценкам компании thredUP, рынок ресейла будет развиваться значительно быстрее обычных розничных продаж одежды – приблизительно в 11 раз [3]. По ее прогнозам, он достигнет 77 млрд. долларов к 2025 году. По оценкам исследователей из BCG, в 2021 году объем рынка люксового ресейла достигнет 36 млрд. долларов [15]. Впоследствии ожидается, что вторичный рынок люкса будет расти ежегодно на 12%, а первичный – всего на 3%. В исследовании GlobalData говорится, что за три последних года ресейл-рынок растет в 21 раз быстрее обычного [7].

Вторичная продажа одежды подразделяется на два направления: *secondhand* и *resale*. Первое представляет из себя продажу уже купленной и ранее использованной, но обработанной одежды. Его сторонники выделяют такие преимущества как вторичное использование одежды, экологичность и принципиальный отказ от “fast fashion” [9]. Второе является перепродажей абсолютно новой вещи.

К предметам продажи ресейлеров обычно относятся товары люксовых брендов или раритет, как правило, представляющий из себя винтаж.

Зарождение такого явления как ресейл чаще всего связывают с появлением сайта по перепродаже кроссовок Flight Club, основанного в 2005 году [6]. Он стал самым ярким представителем онлайн и физической площадки для коллекционеров. По мере развития данного сайта, развивались различные блоги, посвященные данной тематике, что способствовало усилению интереса к необычным кроссовкам.

В России ресейл появился вместе с созданием одного из самых успешных resale интернет-магазинов в России Buy by me [8]. Вслед за ним стали развиваться и другие онлайн-магазины, стало образовываться русскоязычное сообщество, объединенное любовью к уникальным вещам и кроссовкам, становились популярными аккаунты в инстаграме (Instagram, согласно судебному решению, в России признана экстремистской организацией – прим. редакции) и личные блоги, рассказывающие о ресейле [12, 13].

Однако многочисленные западные эксперты не могли объяснить причину, по которой ресейл-рынок получил такое масштабное развитие именно в РФ. Причиной этому стала давняя традиция, появившаяся в нашей стране еще во времена СССР. В 70-80-х гг. XX века, многие потребители, испытывавшие потребность в модной одежде, прибегали к услугам фарцовщиков. За долгие годы существования фарцовки само понятие приобрело более широкое значение. Основное занятие большинства из тех, кого называли фарцовщиками, заключалось в покупке через знакомых, имеющих блат или возможность выезжать за рубеж, дефицитных товаров и пищевых продуктов, что является аналогом деятельности современных ресейлеров.

На сегодняшний день ресейл-рынок благоприятно влияет на международные экономические отношения РФ. Построение каких бы то ни было покупательских связей способствует улучшению репутации Российской Федерации на мировом рынке, закрепляет за ней характеристику востребованного делового партнера и представляет ее граждан платежеспособными в глазах зарубежных

инвесторов и корпораций. Чем более платежеспособными будут считаться российские потребители, тем больше компаний будет готово прийти на рынок РФ, тем больший ассортимент будет представлен в магазинах, что будет выгодно обеим сторонам [1, с. 137-139].

Однако сложности возникают на этапе ввоза товара в страну. Как правило, ресейлеры поставляют товары в РФ малыми партиями, не требующими налогообложения. Тогда как общий объем ввозимых ими товаров в долгосрочной перспективе показал бы другой расклад [2, с. 215-218]. Следовательно, платя налоги в своих странах, ресейлеры избегают уплаты пошлин в Российской Федерации при таможенном оформлении. Также распространена проблема подложной продажи, когда ресейл-продавцы совершают акты продажи через подставных лиц, чтобы избежать необходимости регистрации предпринимательской деятельности и уплаты соответствующих налогов. Отдельного внимания заслуживает часто встречающаяся проблема низкой финансово-правовой грамотности представителей ресейла, что лишает их возможности производить свою деятельность на легальной основе, но в то же время не освобождает от ответственности.

Проведение широкой санкционной политики США и ряда стран Запада против России, особенно усилившейся в 2022 году, значительно осложняет ведение ресейл-деятельности. Прежде всего, сложности возникают при невозможности добраться до основных стран закупки ресейлеров (к ним относятся США и подавляющее большинство европейских стран) ввиду закрытия воздушного пространства (в том числе – Евросоюзом) [4].

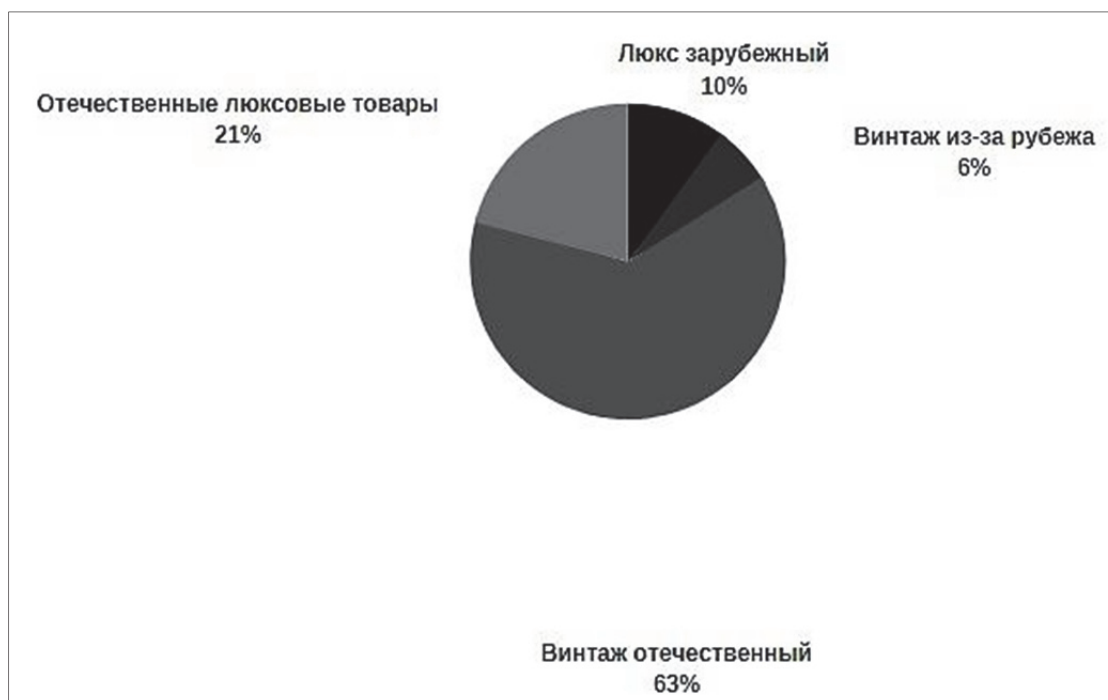


Рисунок 1. Соотношение прибыли различных направлений ресейла до ввода санкций 2022 года

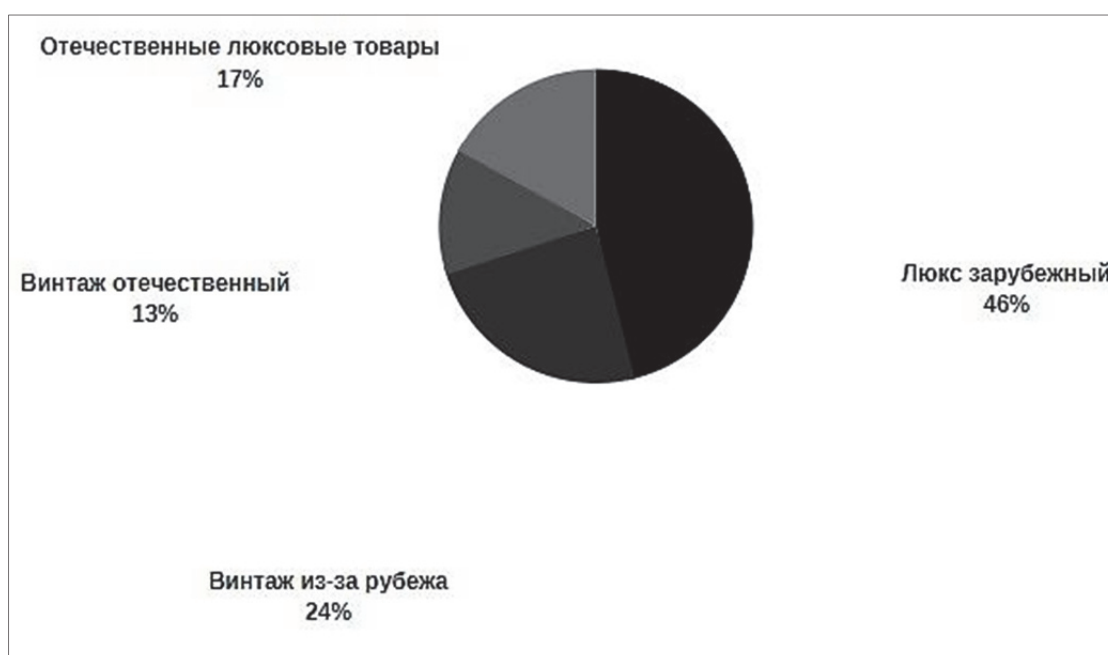


Рисунок 2. Соотношение прибыли различных направлений ресейла после ввода санкций 2022 года

В связи с запретом поставки люксовых товаров в Россию США и Евросоюза рынок ресейла также терпит убытки, так как основную прибыль представители ресейла зарабатывают именно на перепродаже люкса и наценки на него [5].

С запретом на законный ввоз в РФ товаров люксового сегмента, ресейлеры потеряли большую часть своего рынка, что делает их дальнейшую деятельность невозможной.

Несмотря на все перечисленные выше негативные аспекты влияния рынка ресейла на fashion-индустрию в России, нельзя отрицать существование положительного воздействия. К примеру, можно говорить о том, что рыночный спрос отражает общие потребности российских покупателей, или о том, что ресейл является легальной альтернативой множеству незаконных способов ввоза товаров на территорию РФ.

При должной работе ресейл-рынок имеет потенциал вырасти в полезную для общества структуру. Это может быть достигнуто при помощи решения проблемы налогообложения и расширением ассортимента предлагаемых российскому потребителю товаров.

Подводя итог, можно сказать, что рынок ресейла составляет существенную часть всего рынка одежды в России. Появившись на Западе, он оказался естественной реакцией российского покупателя на невозможность приобрести быстрее зарубежных покупателей тот или иной товар, поставляемый на рынок западными корпорациями по производству одежды. Если изначально ресейл-рынок получил свою популярность в России вследствие его схожести с рынком перепродажи одежды, зародившимся в период дефицита в Советском Союзе, то сегодня его востребованность обусловлена не недостатком товаров и нуждой в них, а стремлением покупателей чувствовать причастность к сообществу, существующему вокруг конкретного бренда. Международные исследователи предсказывают рынку перепродажи одежды небывалый рост в сравнении с обычным, некоторые из них даже заявляют, что ресейл уже обогнал рынок первичной продажи по соотношению объема продаж и популярности [14]. В рамках нашей страны рынок перепродажи брендовых вещей только начинает развиваться, и многие специалисты обещают данному направлению стремительный рост в ближайшее время. Люксовая премиальная одежда становится все доступней, прекращая называться роскошью. Негативные составляющие рассматриваемой проблемы решаются путем изменения российского налогового законодатель-

ства и обращением большего внимания контролирующих органов к вопросам ресейл-продажи.

Список литературы:

1. Комаров А.В. Актуальные проблемы развития российской экономики в современных условиях. //В сб.: Экономика и управление: теория и практика. Ярославль, 2021. С. 137-139.
2. E.A. Helfert Financial Analysis Tools and Techniques: A Guide for Managers 1st Edition. // 2001, с. 215-218
3. P. Ducasse, L. Finet, C. Gardet, M. Gasc, S. Salaire “Why Luxury Brands Should Celebrate the Preowned Boom”, 16.10. 2019
4. “Росавиация продлила ограничения полетов на юг России до 1 мая” [Электронный ресурс] // 23.04.2022 URL: <https://www.vedomosti.ru/society/news/2022/04/23/919454-rosaviatsiyaprodila/> (дата обращения: 24.04.2022)
5. “По роскоши наотмашь: Четыре вопроса о будущем отечественного рынка премиальных товаров” [Электронный ресурс] // 15.03.2022 URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2022/03/15/622f2b429a79476bbf92521c/> (дата обращения: 24.04.2022)
6. “ИСТОРИЯ О ТОМ, КАК РАЗВИВАЛСЯ РЫНОК РЕСЕЙЛА” [Электронный ресурс] // 05.12.2019 URL: <https://mcsmag.ru/resejl-istoriyarazvitiya-novogorunka/> (дата обращения: 18.04.2022)
7. “Исследование: к 2022 году оборот российских ресейл-маркетплейсов вырастет в 6,1 раза” [Электронный ресурс] // 24.05.2020 URL: <https://vc.ru/trade/129336-issledovanie-k-2022-godu-oborot-rossiyskih-resejlmaketpleysov-vyrastet-v-6-1-raza> (дата обращения: 18.04.2022)
8. “Ресейл по-русски” [Электронный ресурс] // 08.12.2020 URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4603721> (дата обращения: 18.04.2022)
9. “Reuse, Renew, Recycle: как 2020 год стал переломным для «зеленой» моды” [Электронный ресурс] // 29.12.2020 URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/5feb32f59a7947d97c8899d2> (дата обращения: 18.04.2022)
10. “Как перепродажа вещей стала называться модным словом «ресейл»” [Электронный ресурс] // 29.03.2021 URL: <https://www.vogue.ru/fashion/kakpereprodazha-veshej-stala-nazyvatsya-modnym-slovom-resejl> (дата обращения: 18.04.2022)
11. “За пять лет рынок ресейла увеличится вдвое” [Электронный ресурс] // 29.06.2021 URL: <https://timeseller.ru/news/2021/06/29/za-pyat-let-rynokresejla-velichitsya-vdvoe.html> (дата обращения: 18.04.2022)
12. “Исследование: какие вещи россияне покупают на ресейл-маркетплейсах” [Электронный ресурс] // 22.09.2021 URL: <https://retail-loyalty.org/news/issledovanie-kakie-veshchi-rossiyane-pokupayut-na-URL:resejl-marketpleysakh/> (дата обращения: 18.04.2022)

13. “К российской ресейл-платформе Bewearсу присоединился немецкий бренд Hugo” [Электронный ресурс] // 30.11.2021 URL: <https://riamoda.ru/news/44393.html> (дата обращения: 18.04.2022)
14. “Российский fashion-рынок по итогам года вырастет до 1,8 трлн рублей” [Электронный ресурс] // 01.12.2021 URL: <https://www.forbes.ru/biznes/447559-rossijskij-fashion-rynok-po-itogamgoda-vyrastet-do-1-8-trln-rublej> (дата обращения: 18.04.2022)
15. “Одежда (рынок России)” [Электронный ресурс] // 23.03.2022 URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%9E%D0%B4%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D0%B0_\(%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8\)#:~:text=%D0%9E%D0%B1%D1%8A%D0%B5%D0%BC%20%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20fashion%2D%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BA%D0%B0%20\(%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%8B,Fashion%20Consulting%20Group%20\(FCG\)](https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%9E%D0%B4%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D0%B0_(%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8)#:~:text=%D0%9E%D0%B1%D1%8A%D0%B5%D0%BC%20%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20fashion%2D%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BA%D0%B0%20(%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%8B,Fashion%20Consulting%20Group%20(FCG)). (дата обращения: 18.04.2022)

**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ
ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ЖИЛИЩНОГО КОНТРОЛЯ В 2022 ГОДУ**

Петров Сергей Николаевич

*Магистрант,
Московский финансово-промышленный
университет «Синергия»,
РФ, г. Москва
E-mail: petrovdiv@mail.ru*

**TOPICAL ISSUES OF THE ACTIVITIES OF STATE BODIES
IN THE IMPLEMENTATION OF HOUSING CONTROL IN 2022**

Sergey Petrov

*master student,
Moscow Financial and Industrial University «Synergy»
Russia, Moscow*

На сегодняшний день одной из социально значимых отраслей российской экономики является жилищно-коммунальное хозяйство. Данная отрасль сложная, многоуровневая и включает в себя ряд проблем и противоречий. Причины проблематики отрасли жилищно-коммунального хозяйства связаны с рядом факторов, например, такими как последствия плановой экономики и не совершенство действующего законодательства.

В рассматриваемой отрасли органы государственного жилищного надзора ежегодно выявляют значительное количество правонарушений. Данный факт указывает на необходимость совершенствования государственной контрольно-надзорной деятельности в сфере жилищно-коммунального хозяйства, так как это напрямую может повысить уровень благосостояния большого количества граждан.

Законодательство в жилищно-коммунальной сфере отличается отсутствием четкой систематики и дублированием одних и тех же положений разными нормативно-правовыми актами. Это в свою очередь ведет к недостаточной конкретизации объектов государственного жилищного контроля и иных органов

власти и зачастую полномочия разных органов дублируют друг друга, что ведет в совокупности к неэффективному государственному управлению.

Жилищно-коммунальная сфера имеет особый, значимый интерес для исследователей современности. Данная отрасль, не смотря на ежегодные попытки государства усовершенствовать политику государственного жилищного контроля, да и деятельности инспекций в целом, не дает качественных подвижек в направлении развития уровня удовлетворенности граждан свой жилищно-коммунального хозяйства. Определенный вклад в изучение деятельности по проведению государственного жилищного контроля сделали такие авторы, как А.И. Стахов, И.А. Еремичева, П.В. Алексия, Р.А. Курбанова, Н.Н. Герасимова, И.Н. Маслак, А.В. Комаров, Д.А. Нифонтов, А.З. Арсланбекова, Ф.А. Мурсалов, Г.Ф. Ручкина, А.И. Стахов, А.А. Анисимов, А.В. Казаков, В.Г. Истомин, В.А. Винокуров, В.В. Бондалетов, Т.А. Избиенова, А.С. Ширшов, И.Т. Трибулина, Л.В. Потапова, А.И. Сычев, М.С. Шайхулин, Р.И. Качаев, А.А. Кальгин.

При этом актуальным направлением исследования деятельности органов власти в жилищном контроле в 2022 году является снижение контрольно-надзорных функций за счет минимизации риска причинения вреда (ущерба) охраняемым законом ценностям, вызванного нарушением обязательных требований. Такое направление развивается не только в рамках планирования государственной политики, а также посредством принятия соответствующих нормативно-правовых актов, такого как – федеральный закон от 31.07.2020 № 248-ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации».

Стоит отметить, что на основании Постановления Правительства Российской Федерации «Об особенностях организации и осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля» от 10.03.2022 № 336 в 2022 году не проводятся плановые контрольные (надзорные) мероприятия, плановые проверки при осуществлении видов государственного контроля (надзора) порядок организации и осуществления которых регулируется Федеральным законом № 248-ФЗ, за исключением случаев, указанных в п. 2 Поста-

новления № 336. К таковым, например, относятся проведение запланированных плановых контрольных (надзорных) мероприятий в рамках федерального государственного санитарно-эпидемиологического контроля (надзора, в рамках федерального государственного пожарного надзора в отношении объектов контроля, отнесенных к категории чрезвычайно высокого риска и к категориям чрезвычайно высокого риска и высокого риска соответственно.

Таким образом, в 2022 году роль профилактических мероприятий становится наиболее актуально, так как фактически – это один из единственных рычагов воздействия на деятельность контролируемых (поднадзорных) организаций.

Контрольные (надзорные) органы власти могут проводить такие профилактические мероприятия, как информирование, обобщение правоприменительной практики, меры стимулирования добросовестности, объявление предостережений, консультирование, самообследование, профилактический визит.

Положительная сторона таких мероприятий проявляется в возможности налаживания диалога между надзорным органом и поднадзорной организацией. Само по себе понятие «жилищный контроль» приобретает смысл не карательной меры пресечения нарушений, а помощи в осуществлении поднадзорной организацией своей деятельности.

Отрицательный аспект заключается в недобросовестности некоторых субъектов деятельности жилищной сферы, которые используют положения Постановления Правительства Российской Федерации «Об особенностях организации и осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля» от 10.03.2022 № 336 в 2022 году, а также федерального закона от 31.07.2020 № 248-ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации», и не воспринимают в своей деятельности.

Жилищное законодательство основывается на необходимости обеспечения органами государственной власти и органами местного самоуправления условий для осуществления гражданами права на жилище, его безопасности, на неприкосновенности и недопустимости произвольного лишения жилища, на необходимости беспрепятственного осуществления вытекающих из отношений,

регулируемых жилищным законодательством, прав, а также на признании равенства участников регулируемых жилищным законодательством отношений по владению, пользованию и распоряжению жилыми помещениями, на необходимости обеспечения восстановления нарушенных жилищных прав, их судебной защиты, обеспечения сохранности жилищного фонда и использования жилых помещений по назначению.

Таким образом, в 2022 года государственные органы власти в рамках жилищного контроля должны руководствоваться двумя ориентирами: развитие риск-ориентированного подхода и необходимость защиты прав граждан. У государственных органов власти в сфере жилищного контроля повышается уровень ответственности за принимаемые решения, так как от качества профилактических мероприятий, от понимания важности данных мероприятий поднадзорными организациями, зависит эффективность деятельности органов власти в сфере жилищного контроля.

Список литературы:

1. Жилищный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : Федеральный закон от 29.12.2004 № 188-ФЗ ред. от 28.11.2018. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
2. О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации [Электронный ресурс] : Федеральный закон от 31.07.2020 № 248-ФЗ // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

РОЛЬ НАЛОГОВ В ФОРМИРОВАНИИ ДОХОДА БЮДЖЕТА

Платонова Вероника Михайловна

студент 3 курса,

специальность Экономика

и бухгалтерский учет (по отраслям),

Приморский многопрофильный колледж,

РФ, г. Партизанск

E-mail: p.nika12345678910@gmail.com

АННОТАЦИЯ

Налог – это обязательный, индивидуальный безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения. Налоговая система – регулирует финансовые взаимоотношения предприятия с государством в рыночном хозяйстве, она призвана обеспечить государство финансовыми ресурсами, которые необходимы для решения важнейших экономических и социальных задач.

Ключевые слова: налог, сбор, налогообложение, централизованные фонды, ресурсы, рыночная экономика, обязательные, принудительные, аккумулирующая, перераспределительная, контролирующая, государственный бюджет.

Один из важнейших рычагов, который регулирует финансовые взаимоотношения предприятия с государством в рыночном хозяйстве, является налоговая система. Она призвана обеспечить государство финансовыми централизованных фондов, которые необходимы для решения важнейших экономических и социальных задач. Налоги, участвуя в процессе перераспределения новой стоимости, выступают частью единого процесса воспроизводства, специфической формой производственных отношений.

Посредством налогов, льгот и финансовых санкций, являющихся неотъемлемой частью системы налогообложения, государство воздействует на экономическое поведение предприятий, создавая при этом равные условия всем участникам общественного производства. Налоги возникают вместе с возникновением государства.

Индивидуальные предприниматели, предприятия, физические лица обязаны исчислять и перечислять в бюджет налоги, в соответствии Налогового Кодекса Российской Федерации. Физические и юридические лица обязаны уплачивать в бюджет исчисленные суммы, тем самым они участвуют в формировании централизованных фондов денежных средств государства, а также регулируют сбои, которые могли возникнуть в системе распределения и стимулировать развитие отраслей экономики в стране.

Под налогообложением принято понимать взимание налогов, сборов и пошлин.

Среди большого количества экономических рычагов, при помощи которых государство может воздействовать на рыночную экономику, важное место занимают налоги так же в государственный бюджет поступают различные сборы, пошлины и другие обязательные платежи. Они имеют с налогами единую экономическую сущность, но специфичны по своему назначению и характеру использования. Сходство налога и сбора состоит в том, что и налог и сбор обязательны, принудительны и взимаются в пользу государства.

Согласно ст. 8 НК РФ под налогом понимается обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения, принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований.

Под сбором понимается обязательный взнос, взимаемый с организаций и физических лиц, уплата которого является одним из условий совершения в отношении плательщиков сборов государственными органами, органами местного самоуправления, иными уполномоченными органами и должностными лицами юридически значимых действий, включая предоставление определенных прав или выдачу разрешений (лицензий), либо уплата которого обусловлена осуществлением в пределах территории, на которой введен сбор, отдельных видов предпринимательской деятельности». [2]

Под системой налогов и сборов подразумевается совокупность налогов и сборов, установление и взимание которых допустимы на территории РФ. Система налогообложения в России, закрепляемая Налоговым Кодексом, представляет собой три уровня: федеральные (на уровне России), региональные (на уровне регионального органа государственной власти) и местные (на уровне органа местного самоуправления).[3]

Перечисленные налоги в бюджет в соответствии с бюджетным кодексом РФ формируют бюджет за счет федеральных налогов и неналоговых доходов.

Для удовлетворения потребностей государства в финансовых ресурсах необходимо повышенное внимание обращать на укрепление доходной части бюджета, которая, главным образом, формируется за счет налоговых платежей.

Бюджет выполняет ряд функций:

1. Аккумулирующая или функция образования бюджетного фонда – Данную функцию выполняют доходы бюджета. Структура доходов непостоянна и зависит от общего экономического положения в стране и приоритетов экономической политики в стране.

2. Перераспределительная или функция использования бюджетного фонда – так с помощью бюджетных доходов и расходов происходит перераспределение ВВП страны. При этом государство осуществляет финансирование отдельных отраслей народного хозяйства, экономических регионов, учреждений не производственной сферы и отдельных хозяйствующих субъектов с целью соблюдения определенных макроэкономических пропорций.

3. Контрольная – с помощью данной функции осуществляется контроль над действиями исполнительной власти, выявляется финансовое положение отдельных экономических субъектов, отраслей хозяйства, территориальных образований.

4. Регулирующая – означает, что в условиях рыночной экономики основным государственным инструментом является финансовая система, а центральным звеном – бюджет.

Кроме вышеперечисленных функций, которые являются основными, бюджет может выполнять симулирующую, информационную и другие функции. Они являются дополнительными и их состав зависит от назначения бюджета.

Функции налога это проявление его сущности в действии и способ выражения его свойств. Функция показывает, каким образом реализуется общественное назначение данной экономической категории как инструмента стоимостного распределения и перераспределения доходов государства. К функциям относятся: фискальная, регулирующая, распределительная и контрольная.

Государство через Налоговые органы контролирует своевременность и полноту уплаты налогов от плательщиков для пополнения доходной части бюджета. Одна из целей и осуществления налогового контроля налоговыми органами должен стать максимальный сбор налогов и эффективное пополнение бюджета денежными средствами. Налоговый контроль налоговые органы должны осуществлять в целях наиболее полного поступления налогов в бюджет.

Налоговые органы должны стремиться к осуществлению налогового мониторинга – на основе информации, поступающей по каналам обратной связи осуществлять постоянное наблюдение за уплатой налогов налогоплательщиками и немедленно реагировать на выявленные нарушения. При помощи обратных связей государство должно получить информацию о выполнении налоговых обязательств налогоплательщиками, о причинах непоступления налогов и на основании этого скорректировать законодательство.

Мы полагаем, что налоговый контроль можно определить как слежение рублем за образованием денежных фондов государства и муниципальных образований и соблюдением налогового законодательства с целью оптимизации налоговой системы РФ на основе информации, полученной по каналам обратной связи.

Налоговые органы должны принимать все меры к тому, чтобы организации функционировали и уплачивали установленные налоги в установленные сроки.

Одним из важнейших условий стабилизации финансовой системы любого государства, в том числе и российского, как известно, является обеспечение

устойчивого сбора налогов, надлежащей дисциплины налогоплательщиков. Успешное соблюдение этих условий предопределяется единой системой контроля за правовыми нормами налогового законодательства, правильностью исчисления и полнотой, своевременностью поступления налогов в бюджетную систему Российской Федерации и платежей в государственные внебюджетные фонды.

Основное полномочие налоговых органов в области формирования доходной части бюджета – осуществление налогового контроля. Главной целью и основным итогом осуществления налогового контроля налоговыми органами должен стать максимальный сбор налогов и эффективное пополнение бюджета денежными средствами. Налоговый контроль налоговые органы должны осуществлять в целях наиболее полного поступления налогов в бюджет.

Список литературы:

1. Бюджетный кодекс РФ.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая): Федеральный закон РФ, 05 августа 2000 г., № 117-ФЗ // КонсультантПлюс.
3. Система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
4. Перов А.В., Налоги и налогообложение: учеб. пособие/А.В. Перов, А.В. Толкушин – 8-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт-Издат, 2007. – 939 с.
5. Юткина Т.Ф. Налоги и налогообложение : Учебник / Т.Ф. Юткина – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 576 с.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

**НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ.
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

*Электронный сборник статей по материалам CXIV студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 6 (114)
Июнь 2022 г.

В авторской редакции

Издательство ООО «СибАК»
630049, г. Новосибирск, Красный проспект, 165, офис 5.
E-mail: mail@sibac.info

16 +



СибАК
www.sibac.info