

" "

---

" " " " " " " "

ë " " " " " 0' 0' " ì "

" " "

" " "

" " " "

" "

"

" "

423; "

" " <3.4" "Í " " ë "

0' 0' 0' ì.423; "

"KUDP"; 9: /7/: 36; /4; 4; /9"

"55"  
"87"  
89"

" <"

0' 0' . " 0' 0' . " 0' 0' "

"  
"  
"

" " " " " "]" "

"\_< 0' 0' 0I" " " " "ë " 0' 0' 0' /  
"≡] 0' 0' 0' 0' . " 0' 0' . " 0' 0' \_0'ó" 0' 0' 0'  
\*3.4; " +0'ó" "< / " . "423; 0'ó"3" 0' 0' 0'ó" ""  
" < "Kpvn"Rgpvkw "3.5" " " ≡ " "  
478" " " ≡ " " " " "482" " " ≡ " /  
"O letquqh"Y kpf qy u"ZRIXkvc 19B2≡ " "3246 98: " " ≡ /  
" " " " ≡ " " "Cf qdg"Cetqdcv'

Tgcf gt'7Q " " 0'ó"KUDP"; 9: /7/: 36; /4; 4; /90'

"  
" " " " " " " " /  
" " " " " " " 0' 0' 0' ""  
" " " " " " / " /  
" " " " 0' "ó" . " . " /  
" " " " " " " " 0"  
.  
.  
.  
" " " " " " "  
" " " " " "  
" / " " "  
" " " " " "  
" "ë " 0' 0' 0' " ì "  
" " " " " "  
" " " / " "

---

" " "32020; 0"" ""Í " " "ë " " ì."423; "  
"3.4; " 0' 0' 0' 0' 0' 0' "

## СОДЕРЖАНИЕ

<i>Андрейченко Т.К., Мастяева К.А.</i> Проблема негативного отношения налогоплательщиков к изменениям в налоговом законодательстве	4
<i>Бабак Н.Р.</i> Разработка тренинга по повышению информированности студентов о возможностях рынка труда	9
<i>Беннер А.Е.</i> Организация аудита расчетов с покупателями и заказчиками на малых предприятиях	14
<i>Боженкова А.В.</i> Трансформация целей и задач экономической безопасности предприятия	19
<i>Бондаренко А.С., Чертков А.А.</i> Налог на добавленную стоимость в России: последствия повышения ставки в 2019 году	24
<i>Голикова Н.А.</i> Трансграничное сотрудничество Омской области с Республикой Казахстан	29
<i>Журавлева Е.О.</i> Как и почему управляют нашим выбором? (о теории подталкивания Р. Талера)	35
<i>Казанцев Н.А., Кришкевич В.С.</i> Уровень знания налогового законодательства современного населения	40
<i>Калюк О.В., Мироненко В.И.</i> Отношение налогоплательщика к налоговым органам и системе налогообложения	45
<i>Кирюба М.С.</i> Эффективность внутреннего аудита: теоретический подход	51
<i>Кочарян К.В.</i> Структура заболеваемости населения как фактор развития здравоохранения Омской области	58
<i>Лаук А.В.</i> К вопросу о способах укрепления доходной базы региональных бюджетов РФ на примере Омской области	62
<i>Макиенок Д.К.</i> Информационно-телекоммуникационные технологии в подборе персонала	66
<i>Маклакова М.В., Писаренко Е.В.</i> Excess burden российской налоговой системы: оценка на макро и мезоуровне	72
<i>Папышева С.М.</i> Планирование маркетинга на примере IKEA	77
<i>Федорова А.А.</i> Кайдзен как ключ к успеху (опыт НПО «МИР»)	81

**ПРОБЛЕМА НЕГАТИВНОГО ОТНОШЕНИЯ  
НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКОВ К ИЗМЕНЕНИЯМ В НАЛОГОВОМ  
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ  
THE PROBLEM OF NEGATIVE ATTITUDE OF TAXPAYERS TO  
CHANGES IN TAX LEGISLATION**

**Т. К. Андрейченко, К. А. Мастяева**

**T. K. Andreychenko, K. A. Mastyaeva**

В статье выявляются причины и последствия актуальной в наши дни проблемы негативного отношения налогоплательщиков к изменениям в налоговом законодательстве, предлагаются пути решения сложившейся ситуации.

The article identifies the causes and consequences of the current problem of the negative attitude of taxpayers to changes in tax legislation. The article suggests solutions to the current situation.

**Ключевые слова:** налоговое законодательство, налогоплательщик, налоговая нагрузка.

**Keywords:** tax legislation, taxpayer, tax burden.

Проблема негативного отношения налогоплательщиков к изменениям в налоговом законодательстве (далее – НЗ) актуальна в наши дни, так как изменения вносятся слишком часто, что вызвано деятельностью правительства по изысканию дополнительных поступлений в бюджет и нестабильностью экономической ситуации в стране и в мире.

В нашей стране существует НЗ, устанавливающее систему налогов и сборов, принципы обложения, методы и формы контроля, а также ответственность за нарушения. Основным документом НЗ является Налоговый Кодекс РФ, другие источники - иные федеральные законы о налогах и сборах, законы субъектов РФ, иные нормативные правовые акты о налогах и сборах,

принятые законодательными органами субъектов РФ, нормативные правовые акты о налогах и сборах, принятые представительными органами местного самоуправления.

Для начала найдем причины негативного отношения граждан к НЗ. Во-первых, некоторые люди привержены уже сложившимся ценностям, традициям и порядкам. Поэтому, когда что-то новое вторгается в их привычный уклад жизни, они этому сопротивляются. Ситуацию ухудшает то, что эти изменения чаще всего не соответствуют ожиданиям людей.

Во-вторых, налогоплательщики недовольны усложнением восприятия НЗ. Нами было проведено исследование, в котором приняло участие 505 налогоплательщиков разного возраста, уровня образования и сферы деятельности. Благодаря чему мы выяснили, что 70,1% налогоплательщиков только частично понимает НЗ, и лишь 14,5% считают, что оно им непонятно. 61,4% от общей численности опрошенных считают, что нужно упрощать налоговые процедуры [3].

В-третьих, необходимость граждан платить налоги также является одной из причин. Так, 2019 г. ознаменовался ростом ставок по некоторым подакцизным товарам. Произошло введение новой системы налогообложения для самозанятых ФЛ. Основная ставка НДС выросла с 18% до 20% [5]. По данным нашего исследования, 82,6% опрошенных отрицательно отнеслись к увеличению НДС [3].

Российский союз промышленников и предпринимателей провел в 2016 г. аналитическую оценку налоговой нагрузки в экономике РФ. [1]. Ими была разработана собственная методика измерения налоговой нагрузки. В период с 2007 по 2013 гг. и с 2014 по 2015 гг. наблюдался рост показателя налоговой нагрузки. Итогом аналитической оценки стала необходимость снижения налоговой нагрузки в стране в связи с ее чрезмерным уровнем.

На отношение к НЗ влияет недостаточная система консультирования граждан по вопросам налогообложения, недоверие населения к налоговым органам, процесс глобализации как причина роста конкуренции фирм и

вследствие этого — постоянный поиск хозяйственными субъектами способов минимизации налоговых платежей. По данным проведенного нами опроса, 56,4% налогоплательщиков не считают, что налоги в нашей стране социально-справедливые, и 40% утверждают, что они являются таковыми лишь частично. [3].

Таким образом, в связи с тем, что НЗ не является стабильным, и ежегодно увеличивается налоговая нагрузка, формируется негативное отношение в сторону изменений НЗ. Отсюда вытекает ряд последствий.

В связи с нестабильностью НЗ предприниматели жалуются, что налоговые правила игры меняются каждый год, нельзя спрогнозировать и выстроить бизнес-модель уже даже на краткосрочный период. Участники XIV Всероссийского налогового форума, прошедшего осенью 2018 г., считают, что изменения вносятся слишком часто и непредсказуемо. Изменение НЗ, а в частности ставок налогов, отражается на ценах. Предприятиям необходимо существовать, как минимум, не в ущерб производству, но хотя бы с некоторой прибылью для дальнейшего совершенствования своих товаров. В итоге, возрастающие суммы налогов перекладываются на потребителей. Из-за этого некоторые предприятия пытаются избежать взаимодействия с НЗ, они пытаются уклоняться от уплаты налогов. [4].

Судебный департамент Верховного суда РФ (таблица 1) выложил статистику судимости за 2018 год, составим на основе этих данных сравнительную таблицу некоторых преступлений в сфере налогообложения в 2013 и 2018 гг.

По данным таблицы 1 мы видим, что есть тенденция к росту числа осужденных за преступления в сфере налогообложения.

Другим последствием негативного отношения являются забастовки и митинги налогоплательщиков. Люди выходят на улицы городов и проводят акции против уменьшения вновь увеличенной налоговой нагрузки.

Происходит постепенное увеличение налоговой нагрузки на граждан, но доходы граждан остаются почти без изменений. Рост налогов, в том числе НДС,

ударил по наиболее высокотехнологичным отраслям и по некоторым категориям граждан. По данным нашего исследования, среди 505 налогоплательщиков повышение косвенного НДС оказало сильное влияние на семейный бюджет 33,3% и небольшое влияние на бюджет 40,6% опрошенных. [3].

Таблица 1 - Данные Судебного департамента по некоторым видам преступлений [2].

Виды преступлений	Число осужденных, чел.		Темп роста (снижения) в %
	2013	2018	
Незаконное предпринимательство и банковская деятельность, лжепредпринимательство (171-173.2)	277	4 570	1649,82
Уклонение гражданина от уплаты налога (198 ч. 1)	65	62	95,38
То же, в особо крупном размере (138 ч. 2)	12	13	108,3
Уклонение от уплаты налогов с организаций (199 ч. 1)	63	73	115,87
То же, совершенное группой лиц по предварительному сговору, в особо крупном размере (199 ч. 2)	175	268	153,14
Соккрытие денежных средств либо имущества организации или ИП, за счет которых должно быть произведено взыскание недоимки по налогам и (или) сборам (199.2 ч. 1)	86	116	134,88

Проанализировав все вышесказанное, мы видим, что НЗ крайне неустойчиво и довольно часто в него вносятся изменения, налогоплательщики не успевают адаптироваться к новшествам. Чтобы избежать негативного отношения граждан, необходимо в полной мере осведомить людей о НЗ. На наш взгляд, самым оптимальным решением будет создание многочисленных и доступных специализированных информационных центров, в которых каждый желающий сможет проверить свою налоговую грамотность, получить понятные разъяснения по интересующим вопросам в сфере налогообложения. Одним из факторов, способствующих снижению негативного отношения, может быть введение моратория на изменения НЗ, который не позволит вносить многократные изменения в НЗ в течение определенного периода и сделает НЗ

более стабильным. Таким образом, изменения возможны и необходимы. Понятное, качественное и стабильное налоговое законодательство является залогом успешного будущего нашей страны.

***Список литературы:***

1. Аналитическая оценка налоговой нагрузки в российской экономике [Электронный ресурс] / Комитет Российского союза промышленников и предпринимателей по налоговой политике // URL: [https://www.fbk.ru/upload/docs/nalogovaya\\_nagruzka.pdf](https://www.fbk.ru/upload/docs/nalogovaya_nagruzka.pdf)
2. Данные судебной статистики. [Электронный ресурс] / Судебный департамент при Верховном Суде РФ // URL: <http://www.cdep.ru/index.php?id=79>
3. Налоговая культура граждан [Электронный ресурс]: социологическое исследование / URL: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSct-zMO5fgDsMG405iJrCRuqeXVeVDiiLjCtnIaL2nhK0F6sA/viewform>
4. *Николаева, Д.* Налоговый кодекс пугает бизнес подвижностью [Электронный ресурс] / Издательский дом «Коммерсантъ» // URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3786708>
5. Основные изменения налогового законодательства в 2019 г. [Электронный ресурс] / Справочно-информационная система «Консультант Плюс»: // URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_312840/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_312840/)

***Сведения об авторах:***

**Андрейченко Татьяна Кирилловна** – бакалавр 2-го года обучения экономического факультета ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», e-mail: [andreychenko143@gmail.com](mailto:andreychenko143@gmail.com)

**Мастяева Карина Андреевна** - бакалавр 2-го года обучения экономического факультета ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», e-mail: [carina\\_ma@mail.ru](mailto:carina_ma@mail.ru)



**РАЗРАБОТКА ТРЕНИНГА ПО ПОВЫШЕНИЮ  
ИНФОРМИРОВАННОСТИ СТУДЕНТОВ О ВОЗМОЖНОСТЯХ РЫНКА  
ТРУДА**

**DEVELOPING A TRAINING FOR RAISING STUDENTS' AWARENESS OF  
LABOR MARKET OPPORTUNITIES**

**Н.Р. Бабак**

**N.R. Babak**

Была выдвинута гипотеза, что молодые специалисты испытывают большие трудности при выходе на первое место работы. Еще в роли студентов они не получают практических знаний о состоянии рынка труда, его законах, технологии трудоустройства, и в итоге, поиск первого места работы и выход на него – становятся стрессом для них. На основе этого суждения было проведено исследование мнения студентов. Его результаты послужили направлением для разработки макета образовательного интенсива в формате тренинга, проведение которого повысит уровень информированность молодых специалистов.

It has been hypothesized that young professionals have great difficulty in reaching the first place of work. Students do not receive practical knowledge of the state of the labor market, its laws, technology employment. Finding and going to work for the first time becomes stress. On the basis of this judgment, a study was conducted of the opinions of students. Its results served as a direction for the development of a layout of educational intensity in a training format. It is planned that the use of training will increase the level of awareness of young professionals.

**Ключевые слова:** профориентация, информированность, рынок труда, тренинг, этапы тренинга.

**Keywords:** vocational guidance, awareness, labor market, training, training stages.

Будучи школьниками, многие студенты совершают ошибку при выборе будущей профессиональной деятельности, одни берут за основу свои знания,

умения и навыки, не беря во внимания тенденции на рынке труда, другие поступают в точности наоборот. Это проблема профориентации студентов, они доучиваются в ВУЗе до конца, а далее просто меняют профиль деятельности. Состоявшиеся бакалавры до рынка труда по полученному образованию не доходят, а это грозит дефицитом квалифицированных кадров.

Причина состоит в том, что, имея хорошие знания по отрасли, многие студенты не находят свою профессию прибыльным и полезным обществом занятием, они не видят перспектив от работодателей. В силу отсутствия понимания реальной картины рынка труда и своего места в нем, часть студентов даже не пытается искать работу «по диплому» и уходят в сферы, где могут получить достойную оплату за свой труд в режиме реального времени. Вариант стать профессионалом своего дела и получать достойную оценку своего труда в перспективе, многими рассматривается как трудно достижимый, так как стартовые позиции в компании не привлекают молодежь, а дальнейшая схема продвижения по карьере непонятна.

С другой стороны, даже те, кто уверен в своих возможностях по полученной профессии и желает развиваться дальше, испытывают сложности при выходе на рынок труда. Эту проблему по силам решить университету. В некоторых ВУЗах проработаны специальные проекты, помогающие пройти нелегкий путь от университета до первого рабочего места, что свидетельствует о признании проблемы, но степень её проработанности низка и носит стихийный характер. Такими проектами необходимо делиться и масштабировать на большой круг студентов.

Обратимся к социологическим исследованиям. Всего 27 процентов россиян работают по специальности, указанной в дипломе. Такие результаты получила Федеральная служба по труду и занятости на основе опроса, проведенного на портале «Работа в России» [1]. Также, по исследованию сайта Career.ru, выявлено, что 53% студентов высших и средних специальных учебных заведений планируют работать по специальности, 27% затруднились

ответить на данный вопрос, а 20% респондентов осознали, что их не привлекает выбранная профессия. [2]

Чтобы понять, насколько остро обстоит эта проблема среди студентов города Омска, было проведено исследование студенческого мнения по вопросам рынка труда. Удалось выяснить, что на данный момент работают, совмещая с учебой более 40% респондентов, из которых 18% утверждают, что работают по специальности. Оптимистичные ответы были получены на вопрос «Планируете ли Вы работать по своей специальности после получения образования?». 88% находят деятельность по специальности интересным занятием и готовы идти в профессию, что противоречит исследованию Роструда [1]. Вероятно, секрет кроется в том, что мы опрашивали студентов старших курсов, а до этого рубежа доходят только мотивированные на учебу и работу по будущей специальности студенты.

Студентам было предложено самостоятельно оценить уровень информированности (таблица 1). Результаты таковы: на 50% девушек, обладающих расширенным уровнем информированности, приходится 8% процентов парней. Базовый уровень отметили 60% парней и 40% девушек [3].

Таблица 1 - Шкала определения уровня информированности

Оценочное мнение	Уровень информированности
1-4	Низкий
5-7	Базовый
8-9	Расширенный
10	Профессиональный

Мы оценили все гипотезы и выяснили, что информация, получаемая студентами на парах Экономики в университете, не всегда ориентирована на практику, а рынок труда в городе Омске непривлекателен для большинства студентов. Представители технического профиля действительно реже работают во время обучения, в сравнении со студентами гуманитарного и

экономического профилей. Девушки наиболее информированы о состоянии рынка труда по сравнению со студентами – парнями.

В целом, исследование показало, что студенты недостаточно информированы о состоянии рынка труда, а значит, необходимо повышать этот уровень. Студенты готовы посещать дополнительные занятия по экономике в свое свободное время, они безусловно осознают важность экономики и рынка труда в жизни каждого человека, но особенностью современной молодежи является то, что их необходимо интенсивно вовлекать в процесс обучения. Поэтому формат обучения молодежи должен быть интерактивным, а тренинг удовлетворяет это требование.

Цель тренинга: Усвоение участниками общей и специализированной информации о рынке труда, получение наглядной картины своих возможностей и приобретение практических навыков по вопросам трудоустройства. Главное на тренинге – это сконцентрировать внимание студентов на том, что выбор профессии и работы должен быть осознанным.

Так, тренинг будет состоять из трех основных блоков:

Первый будет посвящен рынку труда. Здесь будут говориться о спросе и предложении на рынке труда, формах занятости, видах предприятий. Со студентами обсуждаются тенденции на рынке труда в их отрасли, рассказывается им о новых профессиях и компетенциях из Атласа профессий, которые могут пригодиться им в будущем.

Второй блок направлен на изучение возможностей каждого студента на рынке труда, будет затронут вопрос важности надпрофессиональных компетенций в современном мире. К выполнению будут предлагаться практические упражнения (такие как SWOT-анализ, эюра ключевых компетенций), помогающие студенту проанализировать и оценить их текущий уровень развития компетенций, необходимых по профессии. Таким образом, мы поможем выявить точки роста личности и дать рекомендации по их развитию. [4]

В третьем блоке, внимание сконцентрировано непосредственно на вопросе трудоустройства. Составление резюме: что это, какую информацию указывать, нужна ли фотография, опыт и как заинтриговать работодателя своим резюме. Разбор каналов поиска работы. Виды собеседований и секреты по их прохождению. На этот блок информации делается особый упор, чтобы облегчить адаптацию студента при выходе на поиск работы.

Дополнительным блоком для каждого тренинга индивидуально разрабатывается часть, посвящённая профессиональной специализации студентов. Здесь информация о самых престижных работодателях отрасли в России и городе проживания студентов. Информация про профессиональные сообщества в Интернете и оффлайн-сообщества, для можно найти успешных профессионалов в конкретной отрасли.

Тренинг рекомендован для студентов старших курсов. Таким образом, по завершению тренинга, студенты приобретут новые знания, которые необходимы им сразу после окончания ВУЗа. Проблема найдет свое решение, а внедрение обучающих тренингов на постоянной основе, даст положительный результат.

#### ***Список литературы:***

1. Исследование Роструд: Роструд подсчитал число работающих по специальности россиян [Электронный ресурс] // РИА Новости: URL: <https://lenta.ru/news/2017/06/07/rostrud/> (дата обращения 24.04.2019)
2. Исследование Career.ru: Трудоустройство по специальности [Электронный ресурс] // Career.ru: URL: <https://omsk.hh.ru/article/21826> (дата обращения 24.04.2019)
3. Бабак Н.Р. Курсовая работа по дисциплине: Обучение и развитие персонала на тему: «Разработка тренинга по повышению информированности студентов о возможностях рынка труда» - 2019.
4. Григорьев, Д.А. Бизнес-тренинг: Как это делается? [Текст]: бизнес литература / – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2004. – 288 с.

***Сведения об авторе:***

**Бабак Наталья Романовна** – бакалавр 3-го года обучения экономического факультета ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», e-mail: nrb7013@gmail.com

**ОРГАНИЗАЦИЯ АУДИТА РАСЧЕТОВ С ПОКУПАТЕЛЯМИ И  
ЗАКАЗЧИКАМИ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ  
ORGANIZATION OF AUDIT OF SETTLEMENTS WITH BUYERS  
AND CUSTOMERS AT SMALL BUSINESSES**

**А.Е. Беннер**

**A.E. Benner**

В данной статье рассмотрены особенности малых предприятий, которые аудитор должен учитывать при планировании проверки и ее проведении. Также автор приводит результаты сопоставительного анализа методик аудита расчетов с покупателями и заказчиками, предложенных российскими теоретиками и практиками. Работа содержит обобщенную методику аудита участка, которая отражает специфику проверки малых предприятий.

This article describes the features of small businesses that the auditor should take into account when planning and conducting the audit. The author also presents the results of a comparative analysis of audit methodologies of settlements with buyers and customers proposed by Russian theorists and practitioners. The work contains a generalized audit methodology of this area, which reflects the specifics of the audit of small businesses.

***Ключевые слова:*** аудит расчетов с покупателями и заказчиками, малые предприятия, методики аудита

***Key words:*** audit of settlements with buyers and customers, small businesses, methodologies of audit

В современных условиях хозяйствования распространение получают малые предприятия по причине возможности ведения упрощенного бухгалтерского учета, быстрой адаптации к меняющимся условиям. В последнее время руководители малых предприятий приходят к осознанию необходимости проведения инициативного аудита в целях повышения качества принимаемых решений. Одним из наиболее существенных объектов аудита становятся расчеты с покупателями и заказчиками. Частые учетные ошибки на данном участке объясняются значительным количеством контрагентов даже у малых предприятий. Рассмотрим особенности учетных моделей на малых предприятиях, которые способны оказать влияние на проведение проверок.

Необходимо помнить, что на таких предприятиях относительно небольшое количество бухгалтеров, вследствие чего имеет место отсутствие разделения полномочий работников бухгалтерии и отсутствие разделения сфер ответственности. Во многих организациях учет ведется единственным бухгалтером, что значительно повышает риск непреднамеренных ошибок.

Существенной проблемой является и возможность руководителя обходить контрольные процедуры, а также требовать от персонала ведения учета желательным для менеджера способом, который нарушает законодательство. Негативным образом на сохранность имущества может повлиять прямой контакт учетного персонала с материальными ценностями. Что касается обязательств, то нередко встречается ситуация, при которой инвентаризация в полной мере не осуществляется, бухгалтеры выборочно сверяются с контрагентами, в результате остаются неподтвержденные суммы долгов. Часто на малых предприятиях встречается безответственное отношение к формированию учетной политики, графика документооборота, должностных инструкций, что создает сложность для аудита в ходе проведения проверки.

В случае грамотно проведенного подготовительного этапа аудитор сможет эффективно использовать трудовые и временные ресурсы. В зависимости от размера клиентской базы организации-клиента аудитор может

проводить проверку, применяя выборочный метод, или же исследовать все совершаемые расчетные операции. На малых предприятиях с теоретической точки зрения можно использовать все методы аудита, однако при отборе процедур необходимо учитывать их практическую реализуемость [1].

Существует множество методик аудиторской проверки расчетов с покупателями. В рамках исследования мы рассмотрели методики В. А. Ерофеевой, В. А. Пискуновой, Т. А. Битюковой; Н. Д. Бровкиной, Г. В. Кулининой; Е. Г. Осташенко; С. Н. Коршиковой; Г. А. Королевой.

В целом различные авторы сходятся во мнении по поводу ключевых этапов аудита рассматриваемого участка учета. Такой этап как проверка правильности оформления договоров с контрагентами входит во все указанные методики. Е. Г. Осташенко уделяет внимание проверке приложений договоров, содержащих сведения об объемах поставляемых товаров, оказываемых услуг, ценах и других условиях. Другие авторы для случаев проведения аудита договоров предлагают использовать в качестве критериев для отбора следующие параметры: постоянный или разовый характер отношений с контрагентом; существенность задолженности покупателя на отчетную дату.

Касаемо остальных этапов проверки мнения авторов разнятся по некоторым моментам. Так, С.Н. Коршикова предлагает расширить перечень мероприятий, проводимых на стадии оценки ведения первичного учета, добавив в него проверку правильности применения цен и тарифов по сделкам. При этом С.Н. Коршикова и В. А. Ерофеева заявляют, что целесообразно на данном этапе проверить соблюдение графика документооборота. Отличительной особенностью методики аудита Н. Д. Бровкиной является проверка расчетов по претензиям с покупателями, что позволит сделать вывод о частоте и характере предъявляемых предприятию претензий [2,3,4,5,6].

На основании полученной информации, обобщая опыт российских специалистов, составим методику, включающую ключевые этапы проверки расчетов с покупателями с учетом специфики малых предприятий.

На первом этапе необходимо выяснить применяемые формы расчетов с



покупателями и заказчиками, оценить их обоснованность и соответствие требованиям законодательства.

На втором этапе аудитор должен установить наличие договоров с покупателями и правильность их оформления. Аудитор устанавливает наличие и правильность оформления договоров по произведенным операциям, проверяет их соответствие нормам гражданского законодательства, а также обнаруживает договоры, которые по существу являются недействительными или ничтожными. Аудитор должен убедиться в наличии сумм в договоре или приложении, важно проверить наименование товара, его количество и цену.

На третьем этапе аудитор проверяет организацию и ведение первичного учета расчетов с покупателями и заказчиками. К обязательным мероприятиям на втором этапе можно отнести проверку первичных документов на наличие всех обязательных реквизитов, подписей, печатей.

На четвертом этапе проверки следует проверить состояние дебиторской и кредиторской задолженности. Чтобы установить реальность долгов покупателей, аудитор исследует материалы инвентаризации расчетов либо сам проводит инвентаризацию расчетов. Реальность задолженности проверяется путем ознакомления с документальным обоснованием остатков задолженности по каждому виду расчетов. Используя данные аналитического учета по счету 62, аудитор анализирует правильность группировки дебиторской задолженности по срокам. На данном этапе необходимо проверить регистры, отражающие списание дебиторской задолженности за счет резервов по сомнительным долгам.

На пятом этапе аудитор оценивает правильность отражения в бухгалтерском учете расчетных операций с покупателями и заказчиками. Важно в ходе этого этапа определить своевременность и полноту отражения авансов, а также обоснованность их зачета. Целесообразно проверить корректность проведения взаимозачетных операций, если они имели место быть. Рекомендуется исследовать случаи выставления претензий от покупателей, оценить грамотность бухгалтерского оформления. В ходе этого

этапа необходимо проверить обороты по счету 62, поскольку данные счета участвуют в формировании сведений по выручке от продажи товаров и услуг. Далее аудитор проверяет правильность отражения в бухгалтерской отчетности итоговых данных по расчетам с покупателями и заказчиками путем сопоставления учетных регистров с бухгалтерским балансом и Пояснением к нему и оценивает правильность корреспонденции счетов.

В большинстве случаев организации малого предпринимательства находятся на упрощенном режиме налогообложения, поэтому аудитору нет необходимости проверять корректность отражения НДС. Итоговой процедурой служит ведомость выявленных ошибок и нарушений.

Подводя итоги исследования, можно сделать вывод о наличии определенной специфики проведения аудита расчетов с покупателями и заказчиками в организациях малого предпринимательства, которые нельзя не учитывать в ходе предварительного и основного этапа проверки. Однако при условии грамотной работы аудитора можно преодолеть существующие сложности и эффективным образом осуществить проверку.

#### ***Список литературы:***

1. Березюк В. И. Методика организации аудита малых предприятий / В. И. Березюк / Содействие развитию малого и среднего предпринимательства: зарубежный опыт и российская практика. – М.: Российский банк поддержки малого и среднего предпринимательства. – 2015, № 2. – с. 121-128.
2. Ерофеева В. А. Аудит: учеб. пособие / В. А. Ерофеева, В. А. Пискунова, Т. А. Битюкова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт: ИД Юрайт, 2011. – 638 с. – Серия: Основы наук.
3. Королева Г. А. Аудит: учебное пособие / Г. А. Королева, Т. Ю. Новикова; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. — Ярославль: ЯрГУ, 2015. — 132 с.
4. Коршикова, С. Н. Практический аудит: учебное пособие/ С. Н. Коршикова. – Оренбург: Издательский центр ОГАУ, 2016. – 183 с.

5. Осташенко Е. Г. Аудит: учебное пособие для студентов специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит». – Часть 3 / Е. Г. Осташенко. – Омск: Изд-во Ом. Гос. ун-та, 2009. – 208 с.

6. Практический аудит: Учеб. пособие / Под ред. Н. Д. Бровкиной, М. В. Мельник. – М.: Инфра-М, 2008. – 195 с.

***Сведения об авторе:***

**Беннер Анастасия Евгеньевна** – бакалавр 4-го года обучения экономического факультета ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», e-mail: [benner.anastasia97@mail.ru](mailto:benner.anastasia97@mail.ru)

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕЛЕЙ И ЗАДАЧ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ  
БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ  
THE TRANSFORMATION OF PURPOSES AND GOALS OF  
ECONOMIC SECURITY**

**А.В. Боженкова**

**A.V. Bozhenkova**

В статье рассмотрены основные потенциальные угрозы экономической безопасности предприятия. Представлена структура экономической безопасности предприятия. Выделены основные цели и подцели функционирования, а также представлены виды корпоративных ресурсов, обеспечивающих стабильное развитие предприятия.

The article deals with the main potential threats to the economic security of the enterprise. The structure of economic security of the enterprise is presented. The main goals and sub-goals of functioning are allocated, and also types of the corporate resources providing stable development of the enterprise are presented.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность предприятия, угрозы и вызовы, цели и задачи, корпоративные ресурсы.

**Keywords:** economic security of the enterprise, threats and provocations, purposes and goals, corporate resource.

Развитие рыночной экономики в России неизбежно сталкивается с проблемами экономической безопасности бизнеса и предпринимательства. Опыт экономически развитых государств дает возможность сделать вывод о том, что основой системы экономической безопасности бизнеса является состояние защищенности жизненно важных интересов субъектов и объектов предпринимательской деятельности. При этом субъектами и объектами выступают как физические лица - индивидуальные предприниматели, так и юридические лица - организации различных форм собственности. В общем виде к потенциальным угрозам экономической безопасности для бизнеса можно отнести: противоправные действия в отношении собственности, недобросовестную конкуренцию, противоправные действия со стороны криминальных структур, мошенничество между хозяйствующими субъектами, коррупцию и взяточничество, нестабильность функционирования субъектов хозяйственной деятельности, невыполнение договорных обязательств.

Учитывая вышесказанное, можно заключить, что на экономическую безопасность бизнеса на уровне предприятия значительное влияние оказывает состояние юридических и экономических отношений, организационных связей, материальных и интеллектуальных ресурсов предприятия, при котором гарантируется стабильность его функционирования, финансовая устойчивость, коммерческий успех, эффективное научно-техническое развитие.

Экономическая безопасность предприятия в современных условиях разными экспертами трактуется по-разному. По нашему мнению, наиболее функциональным является следующее определение.

Экономическая безопасность предприятия - это состояние эффективного использования ресурсов для предотвращения вызовов и угроз, и обеспечения его устойчивого функционирования.

В общем виде экономическая безопасность предприятия представлена на рисунке 1.

Вполне очевидно, что экономическая безопасность предприятия базируется на том, насколько эффективно служба данного предприятия удаётся предотвращать вызовы и угрозы, воздействующие на безопасность. Если предотвратить вызовы и угрозы в полной мере не удаётся, тогда система экономической безопасности должна эффективно работать над устранением ущерба и минимизации негативных последствий.

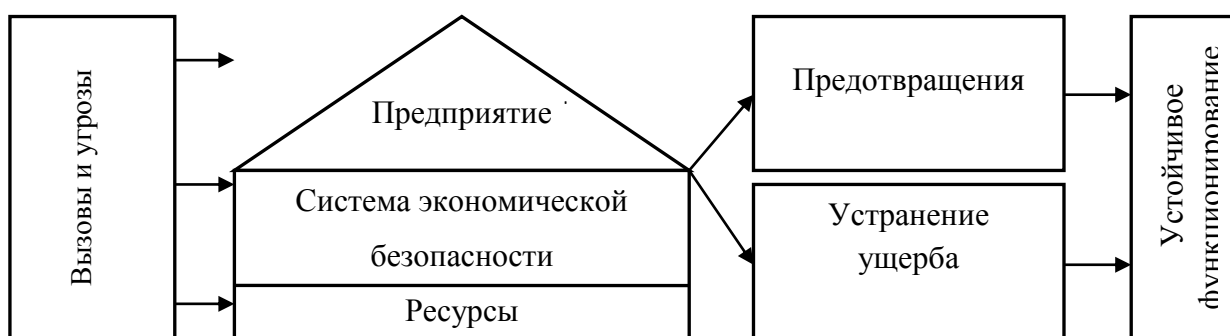


Рисунок 1 - Экономическая безопасность на уровне предприятия

Источниками вызовов и угроз экономической безопасности могут являться осознанные или неосознанные действия людей, организаций, органов государственной власти, международных организаций, предприятий-конкурентов. При оценке экономической безопасности предприятия целесообразно учитывать риски конкретных видов предпринимательской деятельности: производственное предпринимательство, коммерческое предпринимательство, консалтинговое предпринимательство, финансовое предпринимательство и т.д.

Практический опыт показывает, что вызовов и угроз экономической безопасности больше в той отрасли бизнеса, где выше нормы прибыли.

В целях обеспечения экономической безопасности предприятие должно эффективно использовать свои корпоративные ресурсы [1, 117-118] Наиболее важные виды корпоративных ресурсов представлены в таблице 1.

Главной целью экономической безопасности предприятия принято считать обеспечение его бесперебойного функционирования и постоянного развития. Эффективное использование корпоративных ресурсов предприятия достигается путем предотвращения угроз негативных воздействий на экономическую безопасность предприятия.

Таблица 1 - Корпоративные ресурсы предприятия

Ресурс	Описание ресурса
Ресурс капитала	Приобретение и поддержка корпоративных ресурсов осуществляется посредством приобретения акционерного и заемного капитала
Ресурс персонала	Сотрудники организации являются ее связующими элементами в процессе коммуникации
Ресурс информации и технологии	Информация, которая касается всех сфер внешнего взаимодействия предприятия с изменяющейся средой. «Обладание» ее позволяет принимать верные и своевременные управленческие решения.
Ресурс техники и оборудования	Наличие современной техники и оборудования является неизбежным фактором достижения успехов в конкурентной борьбе. Экономическая безопасность требует регулярные замена морально устаревшего оборудования на технику нового поколения.
Ресурс права	Этот ресурс включает в себя право на собственность и имущество предприятия, право на использование патентов изобретений и технологий, право на использование торговых марок и фирменных названий, лицензии на специфические виды деятельности и т.д.

Главная цель экономической безопасности предприятия, с точки зрения эффективного управления, делится на несколько подцелей. [2, 128] Они носят название – функциональные цели экономической безопасности предприятия. К ним относятся:

Создание условий для эффективного финансового развития предприятия, а также сохранение его финансовой устойчивости;

Обеспечение конкурентоспособности предприятия в технологической области;

Постоянное совершенствование ТОП - менеджмента предприятия в вопросах разработки, принятия и реализации управленческих решений;

Поддержание высокого уровня квалификации персонала предприятия;

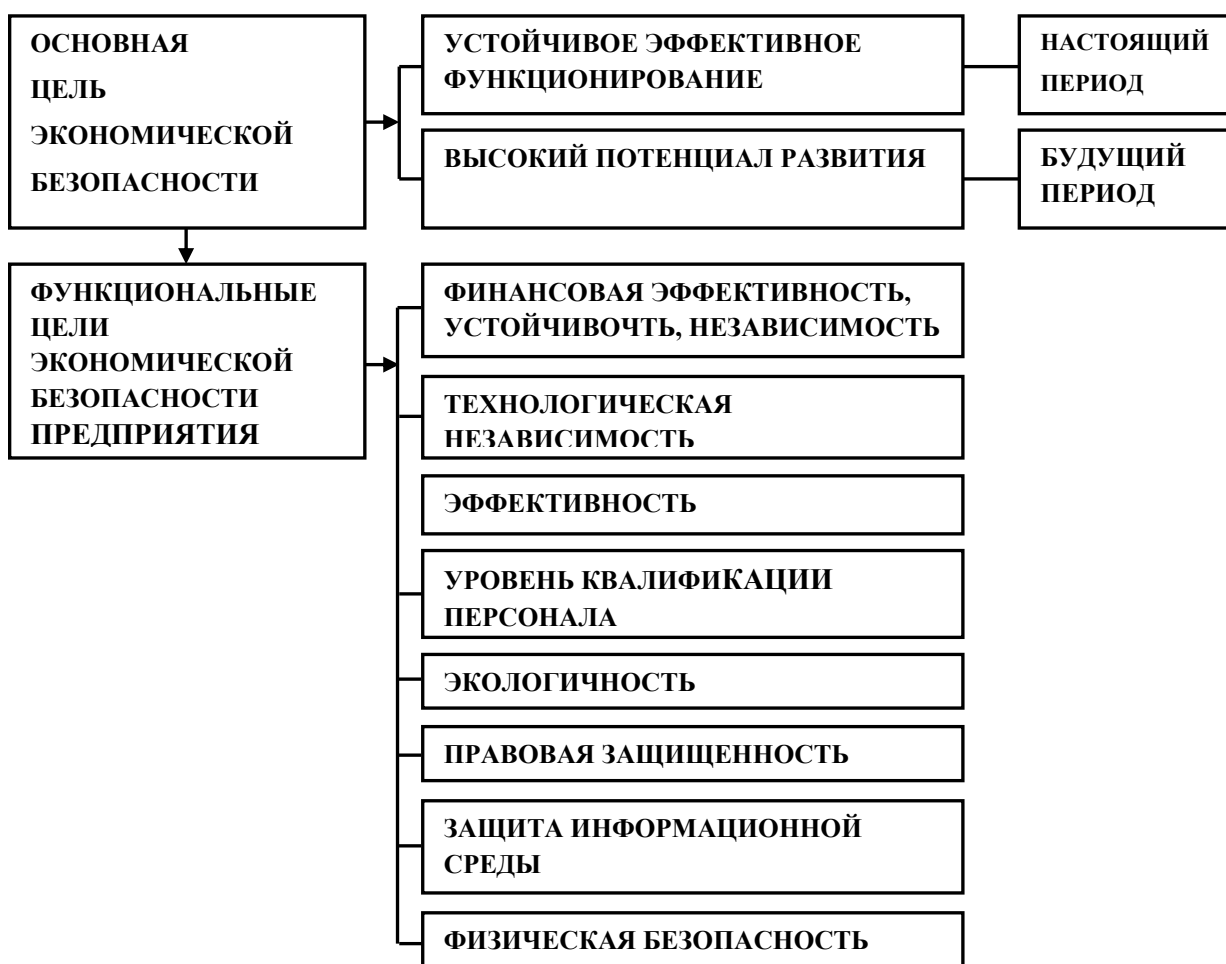
Соблюдение требований экологического права;

Обеспечение высококвалифицированного сопровождения правовых вопросов, связанных с деятельностью предприятия;

Защита информации от внешних и внутренних угроз, проверка достоверности информационных ресурсов, соблюдение режима коммерческой тайны;

Обеспечение сохранности активов предприятия, а также защиты персонала.

Таким образом, структура целей экономической безопасности предприятия имеет следующий вид (рисунок 2).



*Рисунок 2 - Структура целей экономической безопасности предприятия*

Достижение каждой из этих целей обеспечивает достижение основной цели экономической безопасности предприятия. Также стоит отметить, что каждая функциональная цель имеет свою структуру подцелей.

Учитывая вышесказанное, само обеспечение экономической безопасности предприятия необходимо рассматривать как процесс достижения функциональных целей, с основной задачей предотвращения вызовов и угроз экономической безопасности на конкретных направлениях.

***Список литературы:***

1. Климочкин О.В. Экономическая безопасность предприятия: - М.: Москва, 2002. – 222 с.
2. Олейников Е.А. Экономическая и национальная безопасность: учебник для вузов. - М.: Экзамен, 2011. – 766 с.

***Сведения об авторе:***

Боженкова Анастасия Вадимовна – бакалавр 3 года обучения экономического факультета ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», e – mail: bozhenkova.anastasiya@mail.ru

**НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ В РОССИИ:  
ПОСЛЕДСТВИЯ ПОВЫШЕНИЯ СТАВКИ В 2019 ГОДУ**

**VALUE ADDED TAX IN RUSSIA. IMPLICATIONS OF THE RATE  
HIKE IN 2019**

**А. С. Бондаренко, А. А. Чертков**

**A. S. Bondarenko, A. A. Chertkov**

В данной статье мы осветим некоторые факты, касающиеся истории НДС в нашей стране. А также затронем вопрос повышения НДС в 2019 году и последствия, которые несет в себе это явление для конечных плательщиков. Кроме того, представим Вашему вниманию опрос, который был проведен через 4 месяца после изменений.

In this article we will highlight some facts concerning the history of VAT in our country. And also we will touch on the issue of increasing VAT in 2019 and the



consequences that this phenomenon brings to the final payers. In addition, we present to your attention a survey that was conducted 4 months after the changes.

**Ключевые слова:** налог, налог на добавленную стоимость, НДС, налоговая ставка.

**Keywords:** tax, value added tax, VAT, tax rate.

Не все знают, что, оплачивая какую-либо услугу или товар в магазине мы также становимся невольными плательщиками такого налога как НДС. Он, наравне с налогом на прибыль организаций и налогом на доходы физических лиц и налогом на добычу полезных ископаемых, является главным источником формирования федерального бюджета Российской Федерации. НДС включен в стоимость любого товара, работы или услуги, доступных на территории России, за исключением определенных категорий. Представляет собой надбавку к стоимости этих товаров, работ или услуг. Теоретически плательщиком НДС являются экономические субъекты предоставляющие блага, но на практике уплата налога ложится на плечи конечного потребителя

Точкой отсчета истории налога на добавленную стоимость в России является 1 января 1992 года. Тогда величина ставки составляла ошеломляющие для нынешнего человека 28%. Однако, уже через год было принято решение уменьшить величину максимальной ставки на 8%, а также ввести льготную-10% на продовольственные товары и продукты первой необходимости, детские товары и т.д. Через 12 лет максимальный размер ставки стал равняться привычным нам 18%, льготная же не претерпела изменений. В 2018 году на заседании Правительства Премьер-министром Дмитрием Медведевым было оглашено намерение Правительства РФ, повысить величину ставки НДС до 20% с сохранением размера льготной.

По оценкам специалистов, такой, казалось бы, незначительный рост, увеличит доходы бюджета на 620 млрд. рублей в год. Эти деньги пойдут на финансирование национальных проектов из майского указа президента [1].

НДС представляет собой существенный источник дохода государства. Так, например, величина поступлений от НДС в 2018 году составила 3 135,2 млрд. рублей, что при сумме всех доходов бюджета в размере 18 947,6 млрд. рублей, составляет 16,5%.

Первым ожидаемым последствием повышения ставки является рост инфляции. Глава Минфина Антон Силуанов рассказал, что инфляция может ускориться в 2019 году в пределах 1,5 п. п. По его словам, общий рост, включая прогнозы на этот год - 3%, после роста НДС составит порядка 4-4,5% [2].

Для экономики повышение НДС также не пройдет незамеченным. В 2019 году Минэкономразвития ждет роста ВВП на 1,4%, хотя раньше рассчитывало на 2,2%. Прогноз на 2020 год не поменялся - рост ВВП на 2% [3].

В первую неделю января Росстат сообщил, что инфляция составила 0,5%, а среднесуточный рост цен на продовольственные товары по сравнению с декабрем увеличился почти вдвое, при том что многие производители повысили цены еще перед новым годом. Цены на автомобильный бензин выросли за тот же период на 0,3%, на дизельное топливо – на 0,7%.

По данным Росстата в январе ИПЦ составил 1,0%, в феврале 1,5%, в марте 1,8. На момент написания статьи индекс потребительских цен составляет 2,1%.

Последствия для бизнеса.

Повышение ставки повлияет на сферу бизнеса не лучшим образом. Особенно от этого пострадает малый и средний бизнес. Крупных предприятий это коснется в меньшей степени. Многие из них с целью увеличения конкурентоспособности не станут повышать цены на свои товары и услуги, тем самым оказав и без того немалое давление на малый бизнес. Мелкие и средние предприятия, вероятно, начнут уходить на упрощенные системы налогообложения. Многие из них начнут дробиться, последует череда формальных увольнений, для того, чтобы соответствовать требованиям. Начнется рост частоты выдачи серых зарплат и, соответственно, сокращение отчислений в налоговые органы и государственные фонды.

Предположим, существует какое-то небольшое предприятие-Поставщик, которое занимается коммерческими закупками и заказами для государства. Оно работает с крупным предприятием-Покупателем находясь на общей системе налогообложения. Мы можем говорить, что ОСН, в данном случае, обязательное условие, потому как благодаря этому предприятие-Покупатель получает налоговый вычет по НДС. При увеличении ставки на 2%, расходы предприятия-Поставщика на закупки, аренду помещений и пр. возрастают, а вот доходы остаются те же, потому что, как правило, у него нет возможности диктовать условия предприятию-Покупателю, и фонд зарплаты остается тот же, соответственно прибыль предприятия начнет падать.

В этой ситуации у предприятия-Поставщика остается несколько основных вариантов действий: попытаться договориться с предприятием-Покупателем о повышении закупочных цен, что редко увенчивается успехом; оставить все, как есть и надеяться, что ему удастся избежать банкротства; сокращать работников и уменьшать прочие расходы для сохранения прибыли на базовом уровне; отказаться от сотрудничества и перейти на упрощенную систему налогообложения; или уходить с рынка.

#### Последствия для потребителей

Последствия от повышения ставки НДС практически полностью лягут на плечи конечных потребителей. Эксперты считают, что в среднем расходы граждан увеличатся на 5-6 тысяч рублей в год. Граждане урежут свои расходы на одежду, обувь, досуг, электронику, бытовую технику и другие товары длительного пользования. Некоторые производители не станут повышать цены на свои товары, с целью сохранения их на психологически приемлемом уровне. Но это будет возможно за счет ухудшения потребительских свойств этих товаров, экономии на сырье, его качестве и т. д.

Для того, чтобы лучше разобраться в ситуации, мы провели опрос 300 человек. Таким образом мы выяснили, что думают люди о произошедших изменениях и их возможных последствиях.

На момент проведения опроса около 14% не знали о произошедших изменениях.

Отношение к этому факту сложилось преимущественно отрицательное - 55% и нейтральное- 42%.

В вопросе о возможных выгодах 168 (55,3%) респондентов считают, что увеличатся доходы бюджета; 80 (26,3%) рассчитывают на то, что деньги пойдут на решение важных проблем; 105 (34,5%) не видят положительных моментов.

Среди возможных негативных последствий опрошенные выделяют: рост цен - 246 чел. (80,9%); снижение покупательной способности населения - 187 чел. (61,5%); увеличение доли субъектов, уходящих от уплаты налогов - 119 чел. (39,1%); усложнение деятельности предпринимателей - 134 чел. (44,1%). Не видят негативных последствий 8 чел. (2,6%), 7 чел. (2,5%) предложили свои варианты.

Для повышения репрезентативности в опрос был добавлен ряд специальных вопросов, благодаря которым в дальнейшем можно отфильтровать ответы. Вопросы касались частоты приобретения товаров, облагаемых по ставке 20%.

На основе ответов на вопрос о субъективных ощущениях, можно сделать вывод, что лишь небольшое число опрошенных не ощутило никаких изменений.

Участники опроса – преимущественно совершеннолетние люди со средне-специальным и/или высшим образованием.

Отфильтровав ответы таким образом, чтобы учитывались голоса только тех людей, которые знают о повышении ставки, приобретают продовольственные товары, облагаемые по ставке в 20% часто и очень часто, приобретают одежду, обувь, бытовую технику, носимую электронику и другие дорогие товары, облагаемые по ставке 20% редко, часто и очень часто мы получили суммарное число респондентов в 200 человек.

После всех манипуляций, тенденция ответов не изменилась, опрошенные все также относятся к переменам преимущественно негативно, и доля тех, кто

не ощутил изменений все также мала. В вопросах о выгодах и негативных последствиях ответы распределились в тех же соотношениях. На основании этого можно сделать вывод о том, что люди не довольны произошедшим. И в этом нет ничего удивительного, никто не любит платить больше, особенно наши граждане, которые уже по инерции жалуются на растущие цены и налоги. Хотя их можно понять, ведь практика уплаты налогов в нашей стране далека от «теории наслаждения».

***Список литературы:***

1. РБК [Электронный ресурс] сайт: <https://www.rbc.ru/economics/01/01/2019/5c1b70509a7947f14ddc7bd5> (дата обращения: 20.03.19).
2. Финансовые новости [Электронный ресурс] сайт: <https://finovosti.ru/news/politika/tsb-otsenil-posledstviya-dlya-inflyatsii-ot-rosta-nds> (дата обращения 20.03.19).
3. Комсомольская правда [Электронный ресурс] сайт: <https://www.stav.kp.ru/daily/26861.7/3903748/>

***Сведения об авторах:***

**Бондаренко Анастасия Сергеевна** – бакалавр 2-го года обучения экономического факультета ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», e-mail: [anastasia1999-2011@mail.ru](mailto:anastasia1999-2011@mail.ru).

**Чертков Александр Андреевич** – бакалавр 2-го года обучения экономического факультета ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», e-mail: [driver-1999@mail.ru](mailto:driver-1999@mail.ru).

**ТРАНСГРАНИЧНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО ОМСКОЙ ОБЛАСТИ С  
РЕСПУБЛИКОЙ КАЗАХСТАН  
CROSS-BORDER COOPERATION OF THE OMSK REGION WITH THE  
REPUBLIC OF KAZAKHSTAN**

**Н.А. Голикова**

**N.A. Golikova**

В данной статье рассмотрено сотрудничество Омской области и Республики Казахстан. Рассмотрены основные сферы взаимодействия субъектов сотрудничества.

At this article considers the cooperation of Omsk oblast' with Republic of Kazakhstan. Considers the main spheres of cooperation subjects interaction.

**Ключевые слова:** экономика, регион, сотрудничество, граница, Омская область, Республика Казахстан.

**Keywords:** economics, region, cooperation, border, Omsk oblast', Republic of Kazakhstan.

Трансграничное сотрудничество – это сфера внешнеэкономической, культурной, научной, образовательной и других видов международной деятельности, которая осуществляется на региональном уровне и охватывает все общие их формы, главным условием является наличие общей границы между государствами.

Сотрудничество осуществляется по следующим направлениям:

- торгово-экономическая сфера;
- агропромышленный комплекс;
- гуманитарная сфера;
- культурная сфера и туризм;
- информационное сотрудничество.

Правительство Омской области на основе Соглашений об экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве выстраивает трансграничное сотрудничество с Северо-Казахстанской,

Восточно-Казахстанской, Павлодарской, Костанайской, Алма-Атинской и Акмолинской областями Казахстана [1].

Актуальность данной темы заключается в обосновании экономической взаимозависимости и взаимодополняемости двух государств, их взаимовыгодном сотрудничестве, как на макро-, так и на микро-уровне. Трансграничному сотрудничеству способствует географическое положение обеих стран.

Среди всех внешнеэкономических партнеров Омской области Республика Казахстан занимает одну из лидирующих позиций. В 2018 году внешнеторговый оборот Омской области с Казахстаном составил 279,4 млн. долл. США, из которых 59,1 % (165,0 млн. долл. США) приходится на экспорт Омской области в Казахстан, 40,9 % (114,4 млн. долл. США) – на импорт в Омскую область (рисунок 1).

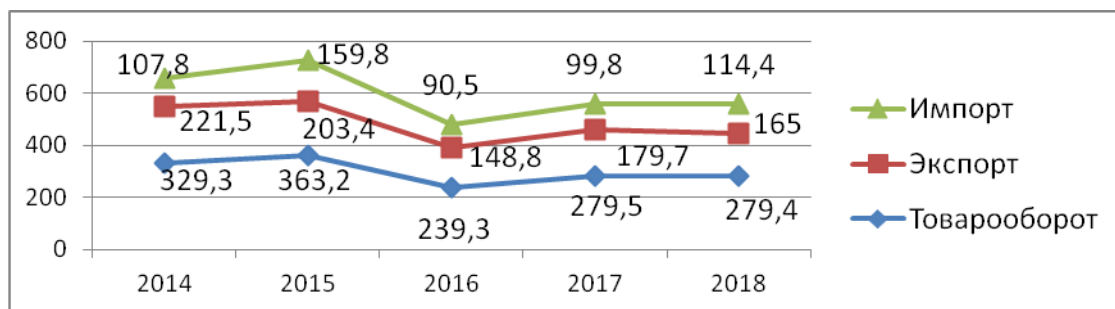


Рисунок 1 - Динамика товарооборота Омской области с Республикой Казахстан (млн. долл. США) [2]

В структуре экспорта Омской области мы видим, что наибольшую долю занимают следующие товарные группы: машиностроительная продукция, продовольственные товары и сырье, продукция химической промышленности, каучук, металлы и изделия из них (рисунок 2).

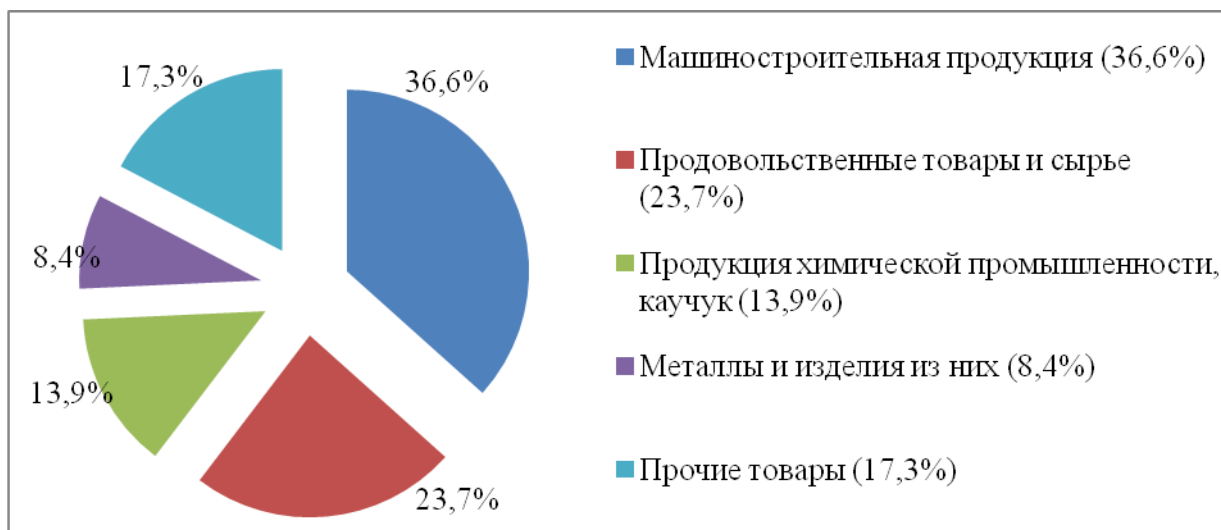


Рисунок 2 – Структура экспорта Омской области с Республикой Казахстан [3]

В структуре импорта Омской области доминирует поставка машиностроительной продукции, продовольственных товаров и сырья, минеральных продуктов (рисунок 3).

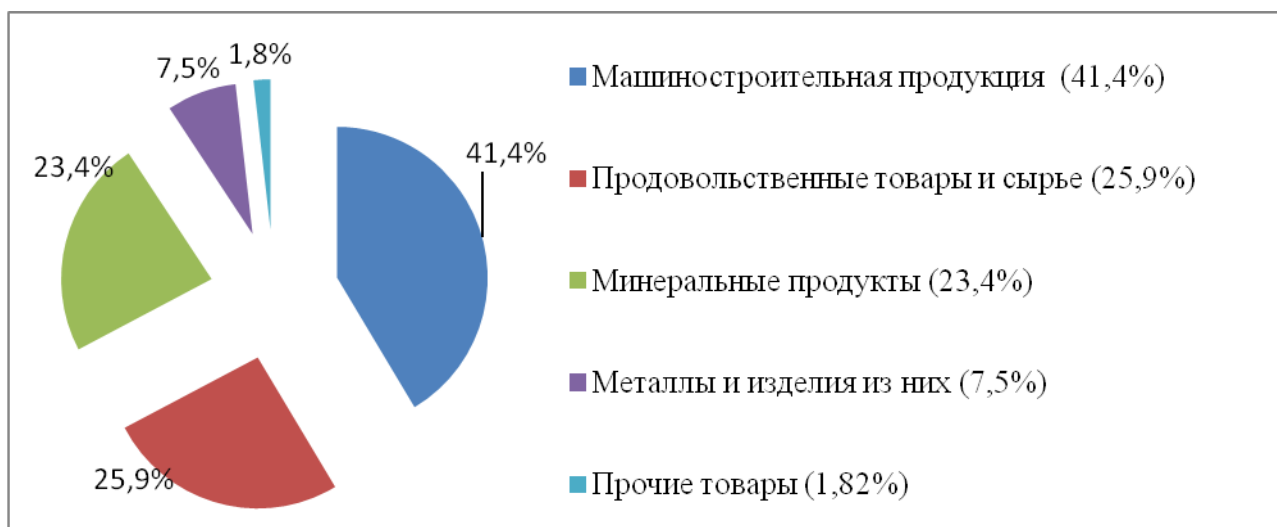


Рисунок 3 – Структура импорта Омской области с Республикой Казахстан [4]

Между странами также развивается сотрудничество в гуманитарной и культурной сферах. На базе ФГБОУ ВО "Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского" функционирует Центр казахского языка и культуры, образовательный процесс в котором осуществляется профессорско-преподавательским составом кафедры казахского языка и литературы Павлодарского государственного университета им. С. Торайгырова.



Сотрудничество в культурной сфере отражается в деятельности общественных организаций. Так, например, «Региональная казахская национально-культурная автономия Омской области» участвует в проведении в регионе межнациональных праздников, фестивалей, и других мероприятий, направленных на сохранение культурных традиций казахстанского народа.

Омская региональная общественная организация "Казахи Омска" (ОРОО "Казахи Омска") осуществляет деятельность по сохранению и развитию культуры, традиций, обычаев и языка казахского народа.

Ежегодно проводятся научно-практические конференции, форумы, рабочие встречи с участием представителей образовательных учреждений Омской области и Казахстана. В 2018 году состоялся ряд мероприятий:

- II Международный форум «Зернобобовые культуры – развивающееся направление в России» (июль, г. Омск);
- XXII Международный научный симпозиум «Интеграция археологических и этнографических исследований» (сентябрь, г. Павлодар);
- III Международная научно-практическая конференция «Россия и Казахстан: исторический опыт сотрудничества и перспективы интеграции» (октябрь, г. Омск);
- XV форум межрегионального сотрудничества России и Казахстана с участием глав государств на тему: «Новые подходы и тенденции в развитии туризма России и Казахстана» (ноябрь, г. Петропавловск);
- II Международный туристско-транспортный форум «Отдых! Omsk — 2019» (апрель, г. Омск).

С целью развития сотрудничества туристической отрасли в период с 19 по 20 апреля 2019 года в городе Омске состоялся II Международный туристско-транспортный форум "Отдых! Omsk – 2019", в котором приняли участие представители из областей Республики Казахстан, был представлен выставочный стенд с туристскими возможностями Республики Казахстан[1].

В городе Омске осуществляется подготовка к проведению осенью 2019 года XVI Форума межрегионального сотрудничества России и Казахстана с

участием глав государств, который представляет эффективную межгосударственную площадку, являющуюся важным институтом политико-экономического взаимодействия двух стран, направленной на развитие сотрудничества регионов России с Республикой Казахстан.

Таким образом, к перспективным направлениям сотрудничества Омской области с Казахстаном можно отнести:

- расширение поставок продукции химической промышленности;
- расширение взаимных поставок машиностроительной продукции;
- расширение сотрудничества в сфере сельского хозяйства;
- создание совместных предприятий и производственная кооперация в области агропромышленного комплекса и обрабатывающих производств, нефтехимии и нефтепереработки;
- сотрудничество в сфере энергетики, строительства, проектирования;
- сотрудничество в образовательной сфере;
- сотрудничество в культурной области и в сфере туризма;
- развитие логистической системы в целях увеличения товарооборота и укрепления транзитного потенциала области.

#### ***Список литературы:***

1. Полномочия Министерства Омской области [Электронный ресурс] / Официальный сайт Министерства экономики Омской области.-URL: [www.mec.omskportal.ru](http://www.mec.omskportal.ru) (дата обращения: 09.04.2019).

2. База данных таможенной статистики внешней торговли [Электронный ресурс] / Федеральная таможенная служба. - URL: <http://www.customs.ru> (дата обращения: 02.04.2019).

3. Официальная статистика [Электронный ресурс] / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Омской области. – URL: [www/http://omsk.gks.ru/](http://www.omsk.gks.ru/) (дата обращения – 17.04.2019).

4. Таможенная статистика внешней торговли [Электронный ресурс] / Сибирское таможенное управление. - URL: <http://stu.customs.ru> (дата обращения: 03.04.2019).

***Сведения об авторе:***

Голикова Наталья Александровна – бакалавр 4-го года обучения экономического факультета ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», e-mail: golikova\_natalja@mail.ru

**КАК И ПОЧЕМУ УПРАВЛЯЮТ НАШИМ ВЫБОРОМ?  
(О ТЕОРИИ ПОДТАЛКИВАНИЯ Р. ТАЛЕРА)  
HOW AND WHY OUR CHOICE ARE MANAGED?  
(ABOUT THE NUDGE THEORY OF R. TALER)**

**Е.О. Журавлева**

**Е.О. Zuravleva**

В статье сделан экскурс в историю поведенческой экономики, рассмотрен вклад Р. Талера, описаны явления в поведении людей, показаны примеры применения теории подталкивания на практике и обозначена критика в адрес этой теории.

The article gives an insight into the history of behavioral Economics, considers R. Thaler's contribution, describes the phenomena in human behavior, shows examples of the application of nudge theory in practice and notes the criticism of this theory.

***Ключевые слова:*** теория подталкивания, Р. Талер, либертарианский патернализм.

***Keywords:*** nudge theory, R. Taler, libertarian paternalism.

Благодаря поведенческой экономике экономическая теория отошла от концепции полностью рационального «homo oeconomicus» и приблизилась к реальности, в которой человек принимает решения под воздействием как рациональных, так и иррациональных факторов [1].

«Поведенцы» вместо транзитивности и упорядоченности предпочтений говорят о множественности «Я» индивидов. Результат наложения друг на друга решений разных «Я» - и есть рассогласованное поведение [2].

Еще в начале своего развития экономическая теория была тесно связана с психологией, о чем свидетельствуют некоторые идеи А. Смита [1]. Активное же развитие поведенческой экономики получила благодаря работам Г. Саймона, Дж. Катаны, Дж. Акерлофа и психологов Д. Канемана и А. Тверски. Последние предложили функцию ценности и теорию перспектив, объясняющую, почему в одинаковых ситуациях принимаются разные решения. Вклад Р. Талера – создание теории подталкивания и стратегии либертарианского патернализма.

Талер изучил последствия ограниченной рациональности, социальных предпочтений, недостатка самоконтроля и показал, как эти черты систематически влияют на принятие решений. Теория подталкивания полагает, что люди совершают свой выбор либо рационально, тщательно подумав, либо автоматически, почти не задумываясь. В последнем случае, почему бы не помочь людям сделать выбор себе во благо, не подтолкнуть людей принять рациональное решение, не лишая их при этом альтернативы?

Подталкивание - любой аспект процесса принятия решения, который побуждает людей изменять свое поведение, не внося никаких ограничений в возможности выбора. Патернализм – любые формы вмешательства в частную жизнь против воли человека со стороны третьих лиц на том основании, что такое вмешательство улучшает его положение / предотвращает нанесение им себе вреда; это помощь людям в достижении более высоких уровней субъективного благополучия и собственных целей [2].

«Архитекторы» - те, кто мягко заставляет людей сделать такой выбор. Чтобы выявить истинное предпочтение, нужно представить, что бы выбрал в данной ситуации человек, если бы он был полностью рационален [2].

Исследуя поведение людей, Канеман, Тверски и Талер обнаружили такие явления, как ошибка невозвратных издержек, когда прошлые события и решения влияют на принимаемое сейчас решение. Отторжение потерь, когда человек, которого лишили некоторой суммы денег, испытывает большее по модулю изменение «полезности», чем дает ему прибавление такой же величины. Точка отсчета: продавцы повышают цены на товар, затем возвращают их на прежний уровень и называют это распродажей. Повышенная цена – новая точка отсчета, относительно которой распродажа – выигрыш [3]. Эффект наделенности: людям свойственно ценить вещи, которые у них уже есть, выше таких же, но которыми они не обладают [3]. Ментальный учет: мы отделяем текущие расходы и расходы на праздник; дивиденды и курс акций - разные виды доходности [1]; случайные доходы тратим на посещение театров, а регулярные - на покупку предметов необходимости [2]. Ограниченная рациональность: на покупку влияет субъективное качество сделки (разница между текущей и обычной ценой) и эмоциональное состояние. Цена товара ниже обычной - «хорошая» сделка. В «горячих» состояниях мы принимаем непродуманные, в «холодных» - взвешенные решения [2]. Социальные предпочтения: людям «важна не максимизация собственного выигрыша, а соблюдение социальных норм и этических стандартов» [3]. Справедливость влияет на бизнес. Начался дождь, прохожие идут в магазин за зонтами. Логично поднимать цены из-за высокого спроса, но магазины этого не делают, боясь негативной реакции потребителей, считающих их действия несправедливыми. В период спада не снижают зарплаты, зато увольняют людей. Снижение зарплаты вызывает возмущение, ее сохранение оставшимся – шаг навстречу их «чувству справедливости» [1].

Зная особенности нашего поведения, можно так сконфигурировать среду для принятия решений, чтобы эти решения были оптимальны для самого человека, даже если он изначально не склонен их принять [3].

Покажем, где работает и может работать теория подталкивания.

Чтобы повысить норму пенсионных сбережений, при приеме на работу предлагают заполнять графу о сбережениях по умолчанию, при этом предоставляя право работникам написать свой %. Так, в США с 49 до 86% повысилась доля тех, кто сберегает на свою пенсию [3].

Смена бланка завещания с галочкой «согласен» по умолчанию повысила добровольное донорство в Нидерландах и Германии [3].

Правительство Вашингтона подталкивает к пожертвованиям на городской парк, устанавливая по умолчанию пункт «Да, я хочу пожертвовать 5\$» на своем сайте, где можно продлить водительскую лицензию.

Чтобы побудить людей снизить скорость на крутых загородных дорогах, возьмите ведро и краску и нарисуйте зауженные полосы движения. Автомобилист инстинктивно вписывается в полосу, но в более узкую полосу это сделать сложнее, значит, он автоматически снизит скорость [3].

Официальная регистрация брака по истечении месяца, право на возврат продавцу вещей в течение установленного периода времени с возмещением уплаченной суммы - примеры закреплённых в законе периодов «охлаждения» для исправления ошибок, совершаемых сгоряча [2].

Раскрытие информации при заключении крупных и высокорисковых сделок, подсчет реальных шансов на выигрыш в лотереях, запрет кредитных карт, стимулирующих перерасходование средств и накопление долгов [2]. Предоставление субсидий и дотаций небольшими порциями с тем, чтобы люди более рационального распорядились дополнительными средствами.

«Налоги на грехи» - акцизы на алкоголь и табак [2]; сигареты в закрытом шкафу, надписи о вреде курения на пачках сигарет, рекламные щиты с изображением последствий курения [4], ограничение рекламы и запрет на

выставление на видные места «вредного» питания, расположение полезных блюд на популярных строчках меню – удачные подталкивания.

«Нехорошие» примеры: определенное расположение полок и товаров на них, увеличение объема тележек [4]., «черная пятница», «принцип девятки», «опции по умолчанию» в пакетах услуг и др.

Заметим, что теория подталкивания сталкивается с серьезной критикой в свой адрес. 1) То, что называют подталкиванием, можно назвать манипулированием со стороны политиков и корпораций [3]. 2) Нет гарантий, что решение, предложенное «архитектором», оптимально с точки зрения самого человека. Тратя доходы сейчас, человек максимизирует текущую потребность, подталкивание к увеличению сбережений идет в разрез с его целями [3]. 3) Потребитель всегда прав. Людям свои интересы известны лучше, чем кому бы то ни было. [2]. 4) Если нерациональный человек совершает неоптимальное для себя действие - его личный выбор, почему общество должно в это вмешиваться [3]? 5) Рациональность формируется постепенно в процессе обучения, ее формирование невозможно без ошибок. 6) Люди осознают свои ошибки и предпринимают усилия по их устранению. Усиливая внешний, мы ослабим стимулы к самоконтролю [2]. 7) Теория направлена на изменение поведения, а не на устранение причин, его вызвавших [4]. 8) Т. Бойс: подталкивания не помогают людям вносить долгосрочные изменения в поведение. Должен быть проведен пересмотр культуры. 9) Угроза инфантилизации общества. 10) Теория критикует представление о гиперрациональном индивиде, но выдвигает на роль гиперрационального существа государство [2]. «Лекарство» может оказаться намного хуже самой «болезни» [2]. Все это требует разработки мер госконтроля, развития программ финансовой грамотности и др. [3].

Таким образом, поведенческая экономика, в т. ч. теория подталкивания, рационализовала те формы вмешательства, к которым государство прибегало «стихийно», подведя под них прочную теоретическую базу, и одновременно предложила новые меры патерналистской политики.

### ***Список литературы:***

1. Воронов Ю.П. К реальному человеку. Долгий путь экономической теории (о Нобелевской премии по экономике 2017 г.) // Мир новой экономики. 2018. Т. 12. Вып. 1. С. 36-45.
2. Капелюшников Р.И. Поведенческая экономика и «новый» патернализм // Вопросы экономики. 2013. № 9. С. 66-90.
3. Белянин А.В. Р. Талер и поведенческая экономика: от лабораторных экспериментов к практике подталкивания (Нобелевская премия по экономике 2017 г.) // Вопросы экономики. 2018. № 1. С. 5-25.
4. Журба М.В. Критический взгляд на теорию подталкивания // Экономические исследования и разработки. 2017. № 8. С. 213-222.

### ***Сведения об авторе:***

**Журавлева Евгения Олеговна** - бакалавр 2-го года обучения эконом. факультета ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», e-mail: [ZuravlevaEvgeniya@yandex.ru](mailto:ZuravlevaEvgeniya@yandex.ru)

## **УРОВЕНЬ ЗНАНИЯ НАЛОГОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА СОВРЕМЕННОГО НАСЕЛЕНИЯ. TAX LEGISLATION KNOWLEDGE LEVEL OF THE MODERN POPULATION**

**Н.А.Казанцев, В.С.Кришкевич  
N.A.Kazantsev, V.S. Krishkevich**

Сегодня на современном этапе развития России одной из главных проблем является формирование налоговой культуры. До сих пор ее уровень остается низким. На сегодняшний день проявляется проблема ужесточения налогового бремени со стороны государства, на что, вполне ожидаемо, наши соотечественники отрицательно реагируют. Давайте рассмотрим, насколько



хорошо граждане РФ знают налоговое законодательство, как его интерпретируют, совершенствуют ли и хотят ли совершенствовать свой уровень знаний о современных, без остановки изменяющихся и дополняющихся налоговых законах, и тенденциях.

The formation of tax culture remains one of the main problems on the path of development of the Russian Federation. Regrettably, up to now tax consciousness maintains at low levels, which is quite troubling. With the government regularly raising and adding new taxes the negative reaction of the general population cannot be neither unnoticed nor ignored. Let us discover in what way are Russian citizens familiar with tax legislation, how they interpret it and whether they have a desire to better one's knowledge of such legislation and to stay up-to-date on the non-stop alterations to the taxation the Government never ceases to stop making.

**Ключевые слова:** налоговое законодательство, знание, уровень, налоговая культура.

**Keywords:** tax legislation nudge, knowledge, level, tax culture.

Чтобы разобраться каков же уровень знаний налогового законодательства у населения РФ, за последний месяц нами было опрошено более 500 человек, которые выразили свое мнение о составе налогового законодательства, поставили оценку своему уровню знаний в этой сфере и предложили возможные пути повышения знаний населения в этой области.

В составе выборочной совокупности преобладают женщины, их 73% среди опрошенных, оставляя 23% мужскому полу. Лидирующей возрастной категорией среди анкетированных стало молодое поколение – примерно 50% имеющих возраст от 18 до 25 лет, по 17% опрошенных в возрасте 25-35 и 35-45 соответственно, 7% людей от 45 до пенсионного возраста и 7 процентов людей, находящихся на пенсии. 60% опрошиваемых имеет высшее образование, 20% средне-специальное и 20% среднее-общее. 35% респондентов – студенты, 20% занимаются деятельностью, непосредственно связанной с экономикой (ИП, бухгалтер, экономист и т.д), остальные заняты в иных сферах, при этом 60%

анкетированных уже имеют стаж работы, а у практически 30% он превышает 10 лет.

Рассмотрим часть релевантных вопросов.

На вопрос «Считаете ли Вы достаточным свой уровень знаний в области налогового законодательства и практики его применения?» [1, с.180, вопрос 2] только 20% ответили «да», 17% затруднились ответить, а остальная часть опрошенных дали отрицательный ответ. Это говорит о том, что большая часть граждан не осведомлена о своих базовых возможностях, ведь налогообложение является тем компонентом экономической культуры, которым должен овладеть буквально каждый человек. Налоговая культура выражает уровень знаний и соблюдения законодательства о налогах и сборах и налоговой системы в целом, полноты и своевременности уплаты, способов исчисления налогов и сборов, поэтому низкий уровень налоговой культуры может привести к экономическим убыткам или даже экономическим преступлениям ввиду незнания тонкостей налогового законодательства.

"Насколько налоговое законодательство Вам понятно?" [1, с.180, вопрос 2] – лишь 14% людей ответило, что понятно полностью, а 15% опрошенных и вовсе не понимают в налоговом законодательстве ничего. Действительно, текст налогового кодекса может быть трудным для восприятия определенным группам людей, следовательно, необходимо принимать меры для более простого изложения основных положений НК РФ, доступных для всех групп населения.

Ответы на следующий вопрос "Оцените степень Ваших знаний налогового права по шкале от 1 до 5"[1, с.180, вопрос 3] вполне логично коррелируют с ответами на предыдущий. Всего 3% опрошенных оценили свой уровень на отлично. Еще 16% отметили, что знают налоговое право на 4, почти 50% оставили ответ «удовлетворительно», прочие респонденты, признав неосведомленность в этом разделе законодательства, ограничились отрицательными ответами.

Схожая тенденция ответов отслеживается и по следующему вопросу: "Оцените качество работы сотрудников налоговых органов по шкале от 1 до 5" [1, с.181, вопрос 4]

Основной целью этой части исследования было узнать, насколько граждане РФ считают себя компетентными в сфере налогового законодательства, и, как показало результаты опроса, процент осведомленных оставляет желать лучшего. Налоговая эрудированность — это часть налоговой культуры, важный компонент образованного члена общества, однако, как показывает практика, подавляющее большинство пренебрежительно относятся к этой немаловажной области знаний. К сожалению, часть респондентов даже не имели представления о существовании налоговой культуры. Следующий блок вопросов направлен на выявление степени заинтересованности в получении налоговой грамотности и способов ее повышения.

Вопрос 5 «Изучаете ли Вы налоговое законодательство?» [1, с 181], вопрос 5] Четверть опрошенных ответили «да, изучаю», наиболее вероятно, что их сфера рабочей или учебной деятельности в той или иной мере связано с использованием налогового права. 37% прибегают к помощи специалистов, прочие участники опроса не заинтересованы в повышении уровня осведомленности в этой теме.

На вопрос «Назовите основные источники пополнения Ваших знаний о налогах» [1, с.181, вопрос 6] участники могли давать сразу несколько вариантов ответа. Подавляющее большинство (60%) указало, что главным источником пополнения знаний оказался университет. 2 и 3 место заняли консультации у специалистов (32%) и непосредственно чтение налогового законодательства (31%). Таким образом, высшее образование должно стремиться к тому, максимально точно обеспечить выпускников всеми необходимыми инструментами для корректного понимания налогового права и усвоения статей налогового законодательства.

Мы также предложили участникам опроса предложить, как можно поспособствовать повышению уровня знания налогового законодательства и

соблюдению его норм. [1, с.183, вопрос 15] Удивительно, что затруднился ответить лишь один человек, а также всего лишь один предложил консультацию у специалиста, остальные анкетированные дали по одному или несколько ответов в равнозначных пропорциях. Примером таких ответов является «пропаганда в СМИ», «налоговое обучение», «усиление ответственности», «изменение закона» и др.

Безусловно, существует множество способов повышения налоговой культуры и входящих в нее знаний, такие как:

1) организация для налогоплательщиков «телефона доверия» для оказания анонимных консультационных услуг;

2) создание концепции «позитивного имиджа» - будущие законы, которые обещают быть принятыми, должны функционировать в соответствии ожиданиям населения;

3) обучение с младших классов детей в школах (особенно эта практика развита в Европе и США, и безусловно, нам следует ее перенять)

4) обучение в СМИ на одном из телеканалов. Телевидение должно показывать, каковы будут последствия налоговых нарушений, тем самым осуществлять налоговое воспитание уже и у взрослого населения.

5) возможные льготы для добросовестных налогоплательщиков могут призвать относиться к уплате налогов более тщательно, чтобы сэкономить деньги.

Иными словами, между налоговыми органами и налогоплательщиками должны наблюдаться партнерские взаимоотношения. Их требуется выстроить для формирования более позитивного представления о налоговой системе РФ, которое, как показало наше исследование, является скорее негативным. Так же нужно и перенимать опыт многих стран мира, где налоговая система является одной из самых эффективных. Именно партнерские взаимоотношения являются залогом успеха системы налогообложения, ибо выгода и прибыль для людей будет более привлекательна, чем угрозы и наказания. Налоговый нигилизм возник в результате этих репрессий, и сегодня есть смысл задуматься о

функционировании нашей налоговой системы, о ее взаимодействии с институтом администрирования, возможно даже проведение реформ в управлении и образовании для повышения налоговой культуры граждан.

***Список литературы:***

1. Богославец, Т.Н. Налоговая культура: учебник / Т.Н. Богославец, А.Е. Миллер — Омск : Изд-во Ом. гос. ун-та, 2017. — 194 с.

***Сведения об авторах:***

**Казанцев Никита Александрович** - бакалавр 2-го года обучения экономического факультета ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», email: [cinema4d15@gmail.com](mailto:cinema4d15@gmail.com)

**Кришкевич Владислав Сергеевич** - бакалавр 2-го года обучения экономического факультета ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», email [mail.mr.vlad@me.com](mailto:mail.mr.vlad@me.com)

**ОТНОШЕНИЕ НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКА К НАЛОГОВЫМ  
ОРГАНАМ И СИСТЕМЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ  
THE ATTITUDE OF THE TAXPAYER TO THE TAX AUTHORITIES  
AND THE TAX SYSTEM**

**О.В. Калюк, В.И. Мироненко**

**O.V. Kalyuk, V.I. Mironenko**

Темой нашего исследования стало отношение налогоплательщиков к налоговым органам и к налоговой системе в РФ. Налогообложение является той частью экономической культуры, которым должен овладеть буквально каждый человек. Налоговая культура – очень важный аспект жизни любого гражданина, именно поэтому особенно необходимо уделять внимание именно этой стороне жизни людей. Благодаря данному исследованию можно наглядно увидеть, как население относится к органам налоговой службы и к системе налогообложения в целом. Объектом исследования являлись юридические и

физические лица, являющиеся плательщиками различных видов налогов. Предмет исследования – отношения социальных субъектов к органам налоговой службы и системе налогообложения. Задачей являлось исследование отношения населения к налоговым органам и системе налогообложения в нашей стране.

The topic of our research was the attitude of taxpayers to the tax authorities and the tax system in the Russian Federation. Taxation is the part of the economic culture that literally everyone should master. Tax culture is a very important aspect of the life of any citizen, which is why it is especially necessary to pay attention to this particular side of people's lives. Thanks to this research, it is possible to visually see how the population relates to the tax authorities and the tax system as a whole. The object of the study was legal entities and individuals who are payers of various types of taxes. Subject of research - the relationship of social actors to the tax authorities and the tax system.

The task was to study the attitude of the population to the tax authorities and the tax system in our country.

**Ключевые слова:** налогоплательщик, налоговые органы, система налогообложения.

**Keywords:** taxpayer, tax authorities, tax system.

Мы провели исследование налогоплательщиков, чтобы выявить закономерность влияния их личностных качеств, таких как возраст, образование, сфера деятельности на налоговую культуру и их отношение к налоговой системе в Российской Федерации. В совокупности в нашем опросе участвовало 480 граждан, из которых 318 женщин (66,3%) и 162 мужчины (33,7%). Аспектом изучения по нашей теме стало отношение налогоплательщика к налоговым органам (НО) и системе налогообложения.

Для нашего исследования мы отобрали несколько вопросов, связанных непосредственно с деятельностью НО, и системой налогообложения в РФ, которые представлены далее.

Начали мы с оценки качества работы сотрудников НО. По итогу данного вопроса 34,8% участников оценивают работу в «3» балла из 5 (рисунок 1).

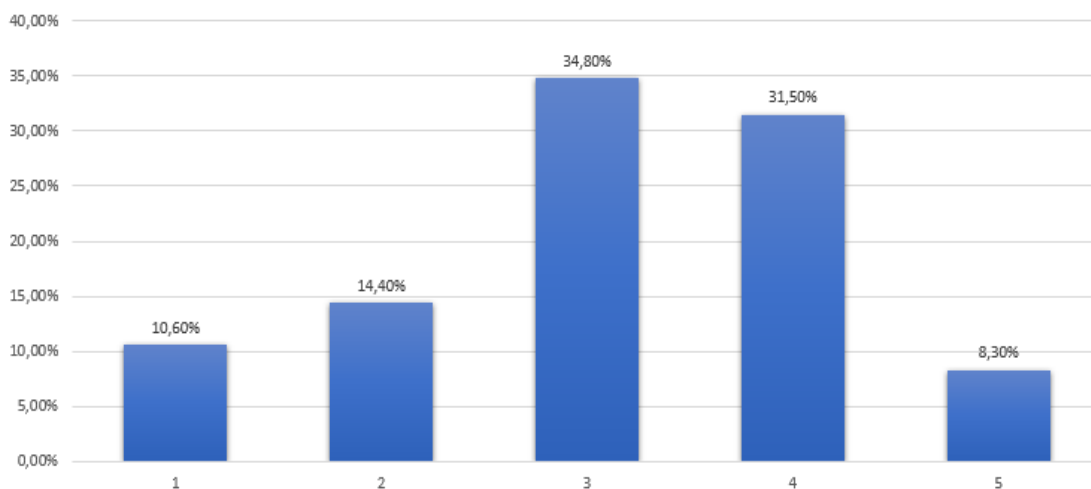


Рисунок 1- Ответы на вопрос «Оцените качество работы налоговых органов»

Данная оценка не говорит о плохом качестве работы, однако дает повод задуматься над тем, почему люди в какой-то степени недовольны работой сотрудников. Также стоит учитывать тот факт, что у каждого человека был свой определенный опыт взаимодействия с сотрудниками НО. Он мог быть как положительный, так и отрицательный.

Далее опрошенным был задан вопрос, касающийся отношения к НО, которые осуществляют сбор налогов (рисунок 2).

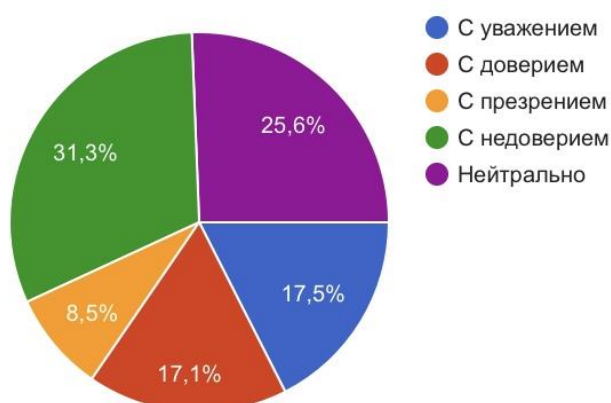


Рисунок 2 - Ответы на вопрос «Как вы относитесь к налоговым органам, осуществляющим сбор налогов в вашей стране?»

На данный вопрос 83 опрошиваемых, то есть 17% участников опроса, ответили, что относятся к налоговым органам с уважением и доверием. Почти четверть налогоплательщиков, проходивших данный опрос, а это 123 опрошиваемых, относятся к ним нейтрально, что говорит о безразличном отношении к налоговой системе в РФ. 31% населения относятся к лицам, осуществляющим сбор налогов, с недоверием, а 8% даже с презрением. Полученные данные позволяют сделать вывод, что, в общем, население сохраняет нейтралитет по отношению к НО.

Следующим вопросом, который входит в наше исследование, стал вопрос об отношении к налоговой системе именно в нашей стране. Результаты оказались более чем противоречивы (рисунок 3).

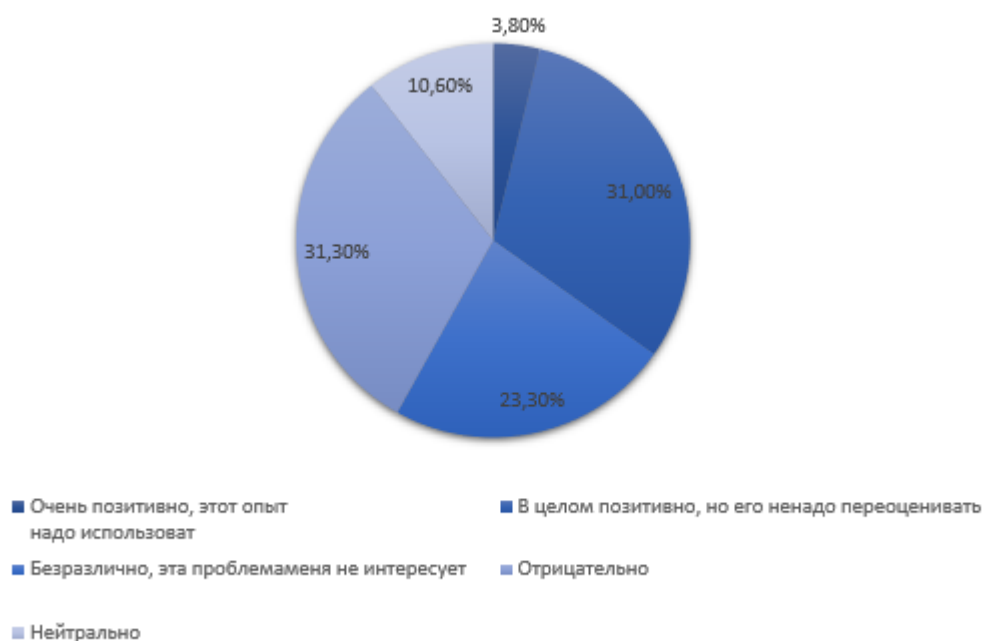


Рисунок 3 - *Ответы на вопрос «Как вы относитесь к налоговой системе в нашей стране?»*

По итогу, 31% разделили два варианта ответа, которые довольно сильно отличаются друг от друга, что говорит о разногласиях в самом обществе относительно системы в целом. Данные противоречия вполне оправданы, так как каждый человек имеет определенные личные взгляды на систему налогообложения, которые могут разительно отличаться между собой.



Далее был задан вопрос, касаемо влияния определенных факторов на налогоплательщика. Участникам опроса были предложены на выбор факторы, которые, по их мнению, больше влияют на них как на налогоплательщика (рисунок 4)

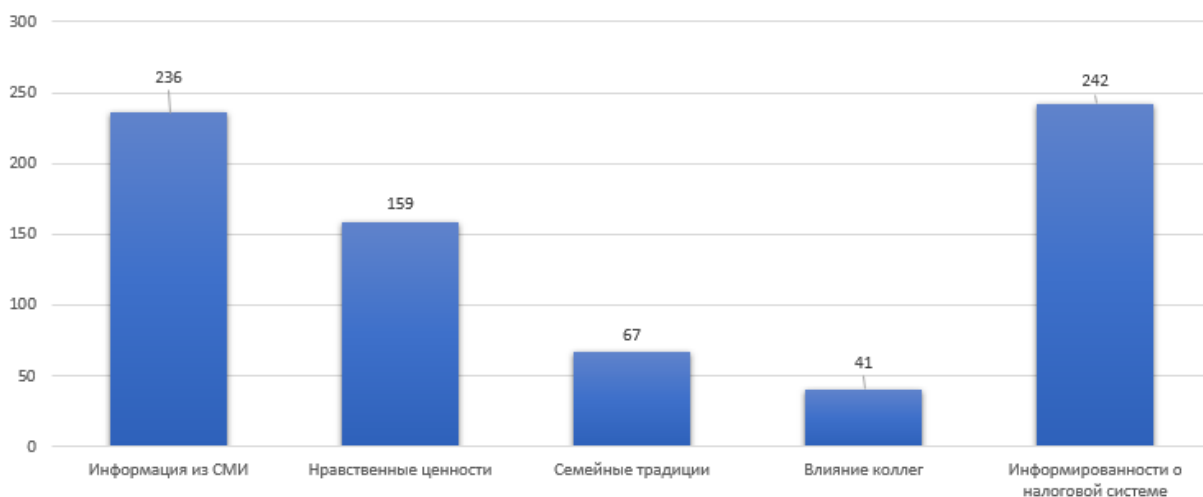


Рисунок 4 – Ответы на вопрос «Какие факторы, на ваш взгляд, в наибольшей степени влияют на налогоплательщика?»

Самым популярным ответом стала информированность о налоговой системе в РФ, его выбрало 242 (50,4%) отвечающих. Стоит отметить, что больше всего данный ответ выбрало более 54% налогоплательщиков в возрасте старше 40 лет, тогда, когда отвечающие в возрасте до 22 лет и от 22 лет до 40 данный процент не превышает 45%. Вторым по значимости фактором оказалась информация, поступающая из внешних источников, таких как СМИ. В целом данный факт выбрало 236 (49,2%) респондентов из всех опрошенных. На третьем месте оказались нравственные ценности, его выбрало 159 (33,1%) отвечающих. На четвертом месте 67 (14%) поставили семейные традиции. Самым непопулярным фактором оказалось влияние коллег по работе. Его выбрал всего 41 (8,5%) налогоплательщик, что составляет менее 10% от общего числа участников. Таким образом, можно сказать, что больше всего среди лиц старшего возраста (старше 40 лет) популярным фактором является

информированность о налоговой системе РФ. Тогда, когда, среди лиц до 40 лет самым популярным фактором является информация, поступающая из СМИ.

Подробно изучив результаты исследования сделать вывод, что отношение к налоговым органам может быть, как положительное, так и отрицательное. На это в основном влияет информированность налогоплательщика. Именно на основе получаемой информации человек формирует свое отношение к налоговым органам. Оно может оказаться ложным, вследствие дезинформации, которую налогоплательщик может получить из неподтвержденных источников, так как именно они могут доносить информацию, не проверяя её правдивость. Следовательно, очень важно следить за достоверностью информации, которую доносят до налогоплательщика, так как, судя по итогам данного исследования, этот фактор является существенным. Подводя итог по нашему исследованию, можно отметить, что для формирования налоговой культуры в нашей стране необходимо отказаться от одностороннего характера взаимоотношений между налоговыми органами и населением. Необходимо установить партнерские отношения, благодаря которым возможно обеспечить эффективное функционирование налоговой системы. Также необходимо систематически информировать население о повышении налоговой культуры и пропагандировать налоговое законодательство.

***Сведения об авторе:***

**Ольга Владимировна Калюк** – бакалавр 2-го года обучения экономического факультет ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», e-mail: [okalyuk99@mail.ru](mailto:okalyuk99@mail.ru).

**Виктория Игоревна Мироненко** - бакалавр 2-го года обучения экономического факультет ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», e-mail: [VictorySkySay@yandex.ru](mailto:VictorySkySay@yandex.ru).

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ  
ПОДХОД**  
**INTERNAL AUDIT EFFECTIVENESS: A THEORETICAL APPROACH**

**М.С. Кирюба**

**M.S. Kiryuba**

До сих пор среди исследователей нет единого мнения о факторах, влияющих на внутренний аудит и как это можно измерить, или что будет лучшей основой для эффективного внутреннего аудита. Это может быть частично связано с отсутствием достаточного внимания к теориям. Эта статья дополняет исследования в области внутреннего аудита и его оригинальность; и аргумент состоит в том, что теория агентских отношений, институциональная теория и теория коммуникации могут служить подходом к построению теоретической основы эффективности внутреннего аудита.

Until now, there is no consensus among researchers either about the factors influencing internal auditing and how it can be measured, or the best framework for internal audit effectiveness. This could be partly related to lack of sufficient attention to the theories. This paper extends the literature of internal auditing, and its originality; and the argument is that agency theory, institutional theory, and communication theory could serve as an approach to build a theoretical framework of internal audit effectiveness.

**Ключевые слова:** эффективность внутреннего аудита, теория агентских отношений, институциональная теория, теория коммуникации, теоретические основы эффективности внутреннего аудита.

**Keywords:** internal audit effectiveness, agency theory, institutional theory, communication theory, theoretical framework of internal audit effectiveness.

Внутренний аудит стал важной функцией внутри организаций, однако недостаточное внимание уделяется изучению внутреннего аудита по сравнению

с внешним аудитом. Существует необходимость проведения дополнительных исследований эффективности внутреннего аудита, особенно в развивающихся странах, где внутренний аудит может сыграть важную роль в борьбе с мошенничеством и коррупцией.

В настоящей статье рассматривается несколько теорий, которые могли бы помочь в разработке основ эффективности внутреннего аудита: теория агентских отношений, институциональная теория и теория коммуникации.

Агентские отношения могут быть определены как договор между владельцем (владельцами) организации и ее высшим руководством. Менеджеры работают с организацией как агенты для оказания некоторых услуг от имени владельцев, которые делегируют принятие решений органами управления. Эти полномочия могут быть неправильно использованы менеджерами для удовлетворения своих собственных личных интересов. Следовательно, существование комитетов по аудиту, а также внешних и внутренних аудиторов поможет организации в повышении их эффективности, а также обеспечит, чтобы руководство рассматривало внутренних аудиторов как агентов [1].

Тем не менее, внутренние аудиторы могут иметь различные мотивы, чтобы действовать против интересов совета директоров и его комитета по аудиту, и эти мотивы включают финансовое вознаграждение от руководителей, личные отношения с ними, а также полномочия высшего руководства в формировании будущей должности внутренних аудиторов и их заработной платы. В такой работе внутренние аудиторы как агенты могут иметь стимул для смещения информационных потоков, что приводит к новым опасениям совета директоров и комитета по аудиту в отношении их доверия к объективности внутренних аудиторов, и предотвращение таких угроз объективности становится необходимым для правления и его комитета по аудиту [2].

Международный стандарт аудита 500 «Аудиторские доказательства» содержит оценку компетентности, навыков и объективности аудитора. Компетентность проявляется в наличии у эксперта квалификации, членства в

профессиональной организации или отраслевой ассоциации, лицензии или иных форм общественного признания. Также учитывается опыт и репутация эксперта, опубликованные работы и книги. Объективность аудитора заключается в оценке угроз объективности эксперта, включая угрозы личной заинтересованности, шантажа, заступничества, близкого знакомства, самоконтроля. Подобным образом оцениваются меры предосторожности в отношении угроз и изучаются любые виды заинтересованности (финансовой, деловых и личных отношений, предоставление прочих услуг) [3, с. 15].

Объективность важна для любого профессионала, без чего суждение теряет свою ценность. Нужда в объективности очевидна в бизнес-среде в целом, особенно для аудиторов, где пользователи аудиторских услуг частично зависят от их мнения при принятии решения. Поэтому отмечается, что характеристики внутренних аудиторов будут влиять на эффективность внутреннего аудита [4, с 56].

Поддержка членов организации относится как к поддержке старшего руководства, так и к наличию эффективного комитета по аудиту. Внутренний аудит наиболее эффективен, когда он пользуется поддержкой со стороны высшего руководства и комитета по аудиту, что формирует эффект зависимой переменной.

Наличие внутренних аудиторов с такими требованиями и наличие программ обучения для внутренних аудиторов, повысит уровень доверия совета директоров и комитета по аудиту к компетенции внутреннего аудитора.

Исходя из вышеизложенного, можно сказать, что эффективность отдела внутреннего аудита - это важнейшее требование для членов организации, чтобы рассматривать внутренних аудиторов в качестве агентов. Теория агентских отношений является полезной теорией, влияющая на развитие концептуальных основ исследования эффективности внутреннего аудита.

Институциональная теория объясняет, как организационные структуры и практики формируются в результате изменений, вызванных нормативным давлением, включая как внешние, так и внутренние источники, такие как

законы и другие нормативные акты, правила, профессиональные стандарты [5, с.98].

Исследование, основанное на опросе 364 итальянских компаний, показало, что внешнее давление оказывает значительное влияние на поддержку внутреннего аудита компаниями. Исследователи предполагают необходимость будущих исследований для оценки эффективности внутреннего аудита с использованием институциональной теории [6, с.103].

Таким образом, институциональная теория является действующей для оценки эффективности внутреннего аудита как в развитых, так и в развивающихся странах.

Теория коммуникации подтверждает важность и потребность в эффективных коммуникативных навыках во всех функциях организации. Аудиторы могут извлечь пользу из знания современных концепций коммуникации, и даже те, кто считает себя хорошими коммуникаторами, должны сознательно работать над оценкой, улучшением и применением своих навыков. Важность эффективного общения в этом исследовании распространяется на отношения между внутренними аудиторами и аудируемыми объектами. [7, с.91].

Существует несколько факторов, которые могут способствовать слабости этих отношений, таких как, обвинительный стиль коммуникации внутренних аудиторов или просто поиск слабых мест проверяемых. Такая среда приводит к отсутствию доверия среди внутренних аудиторов и проверяемых лиц и создает один из основных коммуникационных барьеров [8].

Таким образом, чтобы предотвратить такие угрозы, необходимо улучшить сотрудничество проверяемых с внутренними аудиторами. Исходя из вышеизложенного, использование теории коммуникации несомненно становится необходимым для установления концептуальной основы эффективности внутреннего аудита.

Результаты исследований открыли совершенно новую область для исследований и подтвердили необходимость проведения дополнительного

анализа эффективности внутреннего аудита, особенно в развивающихся странах.

Эффективность внутреннего аудита может быть достигнута только тогда, когда деятельность как внутреннего аудита, так и его аудиторов поддерживается членами организации. Эта поддержка включает выделение адекватных человеческих и материальных ресурсов для внутреннего аудита, а также для реализации рекомендаций внутреннего аудита. На рисунке 1 показаны теоретические основы эффективности внутреннего аудита.

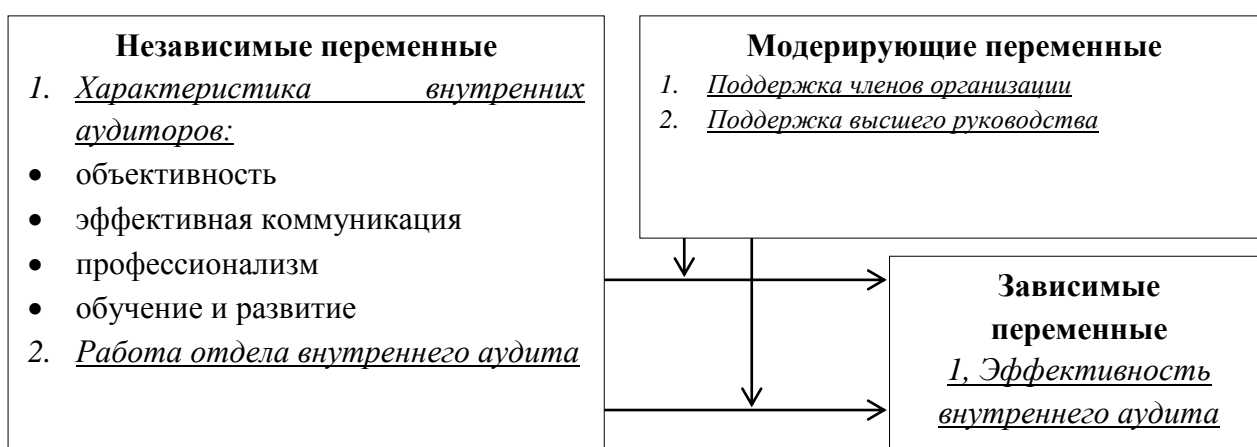


Рисунок 1- Теоретические основы эффективности внутреннего аудита

Между характеристиками внутреннего аудитора и эффективностью внутреннего аудита существует прямая связь. Характеристиками внутреннего аудитора, которые относятся к объективности, является эффективная коммуникация, умения и должный профессионализм, а также обучение и развитие. Таким образом, институциональная теория используется для объяснения взаимосвязь между этими характеристиками, кроме эффективной коммуникации и эффективности внутреннего аудита, в то время как теория коммуникации используется для объяснения связи между эффективным общением и эффективностью внутреннего аудита.

С другой стороны, отношения между сотрудниками организации и внутренними аудиторами формируются в соответствии с теорией агентских отношений.

Резюмируя все вышесказанное, можно отметить, что теория агентских отношений в основном используется для понимания экономических мотивов, которые заставляют внутренних аудиторов добиваться своих личных интересов, институциональная теория сообщает об уровне соответствия требованиям внутренних и внешних источников и его влияние на поддержку внутреннего аудита компаниями. Теория коммуникации используется для объяснения важности эффективной коммуникации между внутренними аудиторами и проверяемыми объектами.

В этой статье утверждается, что теория агентских отношений, институциональная теория и теория коммуникации могут помочь в разработке теоретических основ эффективности внутреннего аудита. Современные исследования показывают следующее:

- а) недостаточность исследований в области эффективности внутреннего аудита в связи с недостаточным вниманием к теориям;
- б) существование новой области исследований в области внутреннего аудита, поскольку во всем мире было проведено лишь несколько исследований;
- в) В предшествующих исследованиях не было уделено внимания применению теорий для эффективности внутреннего аудита.

Таким образом, данное исследование направлено на заполнение этого пробела путем разработки исследовательских предложений, основанных на подходе, который объединяет рассматриваемые теории. Такое предложение может стать отправной точкой для:

- а) формулирования проверяемых гипотез;
- б) развития вопросов в более подробной форме;
- в) обеспечения более глубокого понимания как практики, так и теории внутреннего аудита.



### *Список литературы:*

1. "Международный стандарт аудита 200 "Основные цели независимого аудитора и проведение аудита в соответствии с международными стандартами аудита"  
(введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 09.01.2019 N 2н) // Правовая справочно-информационная система "Консультант Плюс".
2. "Международный стандарт аудита 500 "Аудиторские доказательства"  
(введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 09.01.2019 N 2н) // Правовая справочно-информационная система "Консультант Плюс".
3. Adams, M. B. (1994), "Agency Theory and the Internal Audit", *Managerial Auditing Journal*, 9(8), 8-12.
4. Arena, M. & Azzone, G., "Internal Audit Departments: Adoption and Characteristics in Italian Companies", *International Journal of Auditing*, 11(2), 91-114.
5. Борисов Е.В. О теории интерпретации и эпистемологии Д. Дэвидсона // *Вестн. Том. гос. ун-та*. 2012. №2 (18) С. 78-89.
6. Брагина В.Д. Современные теории аудита // *Экономика и менеджмент инновационных технологий*. 2016. № 1 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2016/01/10768> (дата обращения: 17.04.2019).
7. Растегаева Ф. С. Современные подходы к проведению проектов внутреннего аудита / Ф. С. Растегаева, А. М. Рахматуллин // *Международный научно-исследовательский журнал*. — 2016. — № 1 (43) Часть 1. — С. 72—75.
8. Институт внутренних аудиторов «О Международных профессиональных стандартах внутреннего аудита» Режим доступа: URL: [https://www.iaa-ru.ru/inner\\_auditor/publications/articles/member\\_articles/o-mezhdunarodnykh-professionalnykh-standartakh-vnu/](https://www.iaa-ru.ru/inner_auditor/publications/articles/member_articles/o-mezhdunarodnykh-professionalnykh-standartakh-vnu/) (Дата обращения: 15.04.19)

*Сведения об авторе:*

**Кирюба Мария Сергеевна** – бакалавр 4-го года обучения экономического факультета ФГБОУ ВО«ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»; e-mail: mariyakiryuba@mail.ru.

**СТРУКТУРА ЗАБОЛЕВАЕМОСТИ НАСЕЛЕНИЯ КАК ФАКТОР  
РАЗВИТИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ  
STRUCTURE OF POPULATION MORBIDITY AS A FACTOR OF HEALTH  
CARE DEVELOPMENT IN THE OMSK REGION**

**Кочарян К. В.**

**Kocharyan Ch.V.**

В статье выделены наиболее распространенные в Омской области болезни, а также вызывающие их причины. Сравниваются показатели Омской области с показателями по Российской Федерации (далее РФ) и Сибирскому Федеральному округу (СФО), выявляются факторы, влияющие на состояние отрасли здравоохранения в регионе, проводится оценка действующей отраслевой программы.

In article the diseases, most widespread in the Omsk region, and also the reasons causing them are allocated. Indicators of the Omsk region are compared to indicators across the Russian Federation (further the Russian Federation) and to the Siberian Federal District (SFD), the factors influencing a condition of the branch of health care in the region come to light, the assessment of the existing industry program is carried out.

**Ключевые слова:** здравоохранение. Омская область, Сибирский Федеральный округ, структура заболеваемости.

**Keywords:** health care. Omsk region, Siberian Federal District, structure of incidence.

Здоровье населения является основным и самым главным компонентом человеческого капитала, а также стратегическим ресурсом, который оказывает огромное влияние на социально-экономическое положение любой территории. Но существует и обратная зависимость. Здоровье населения напрямую зависит от климатического, экологического, социального и экономического положения территории, на которой оно проживает.

Омская область относится к той категории территорий страны, где условия жизни считаются недостаточно комфортными, что проявляется в особенностях климата, экологическом состоянии, уровне социально-экономического развития и пр. В то же время для региона характерна своя структура заболеваемости, являющаяся своеобразным отображением условий проживания.

Показатели смертности на территории региона являются достаточно высокими. Общий коэффициент смертности в 2017 году составил на 1 000 человек населения 12,8 единиц. В то же время, по итогам 2017 года, отмечается статистически значимое снижение показателя общей смертности на одну тысячу населения с 13,2 до 12,8 единиц. За последние семь лет отмечена динамика снижения такого показателя, как смертность от внешних причин: с 2010 года по 2017 год произошло сокращение значения данного показателя на 49 %, со 158,5 % до 109,0 % [1].

Показатель заболеваемости на 1000 человек населения (заболевания у пациентов с диагнозом, установленным впервые в жизни) в 2017 году составил 823,0 единиц. Всего по России показатель заболеваемости на 1000 человек населения (заболевания у пациентов с диагнозом, установленным впервые в жизни) в 2017 году составил 778,9 [1].

В структуре общей заболеваемости всего населения области являются преобладающими болезни: органов дыхания, системы кровообращения, кожи и подкожной клетчатки, эндокринной системы. Наибольший вес в структуре заболеваемости имеют такие болезни как болезни органов дыхания на 2017 год 608,7 тысяч человек) и системы кровообращения (на 2017 год 98,1 тысяч

человек). Показатель на 1000 человек, характеризующий количество пациентов с болезнями органов дыхания, установленными впервые в жизни, значительно растет. С 2005 года по 2017 в Российской Федерации количество человек с диагнозом, установленным впервые в жизни выросло на 21%, в Сибирском Федеральном округе на 28%, в Омской области на 4 % [2]. Несмотря на то, что показатели заболеваемости значительно ниже, чем показатели по РФ и СФО, тенденция увеличения вызывает серьезную тревогу.

Хроническая обструктивная болезнь легких (ХОБЛ) и бронхиальная астма (БА), согласно постановлению Правительства РФ, относятся к социально значимым заболеваниям и занимают одно из лидирующих мест в общей структуре смертности. Болезни дыхательных путей в значительной мере снижают продолжительность и качество жизни, а также отрицательно сказываются на работоспособности населения, что негативно влияет и на экономику страны.

По оценке Международного агентства ВОЗ по изучению рака, загрязнение воздуха твердыми частицами наиболее тесно связано с повышенной заболеваемостью раком, особенно раком легких. Наблюдается также связь между загрязнением атмосферного воздуха и заболеваемостью системы кровообращения.

По данным 2017 года, из 25,5 тысяч умерших в Омской области 10 тысяч скончались по причине болезни кровообращения. Показатель на 1000 человек, характеризующий количество пациентов с болезнями системы кровообращения, установленными впервые в жизни, составил в 2017 году в Российской Федерации 32,1 единиц, в Сибирском Федеральном округе 36,8 единиц, в Омской области 43,3 единиц [2]. Показатели по заболеваемости системы кровообращения в Омской области превышают показатели СФО и РФ, и в то же время сохраняется устойчивая тенденция к росту соответствующих значений.

Высокую долю в структуре заболеваемости составляют также болезни эндокринной системы. Показатель на 1000 человек, характеризующий

количество пациентов с болезнями эндокринной системы сохраняет тенденцию роста. Болезни эндокринной системы, расстройства питания и нарушения обмена веществ, болезни органов пищеварения непременно связаны с образом жизни, пищевым поведением и экологической обстановкой [3].

Таким образом, можно выделить ряд ключевых для региона проблем в области здравоохранения, требующих активизации государственной политики в этой сфере. Во-первых, угрожающими здоровью населения региона являются неблагоприятные тенденции в области увеличения болезней органов дыхания и системы кровообращения. Во-вторых, поздние сроки диагностики болезней вызваны низкой информированностью населения о возможностях, предоставляемых в рамках господдержки. В-третьих, вызывает озабоченность появление новых рисков, вызывающих изменения в структуре заболеваемости.

Представленная в Омской области программа «Развитие здравоохранения Омской области», утвержденная Постановлением Правительства Омской области от 16.10.2013 (ред. от 10.04.2019) N 265-п. способствовала внедрению в регионе мер по развитию медицинской помощи. Однако, одним из существенных недостатков прописанных в программе мер является их привязка к нейтрализации уже имеющихся заболеваний, а не к предупреждению последних, недопущению опасных тенденций ухудшения общественного здоровья. Без должного внимания в программе оказалось освещение мер по улучшению экологических условий в регионе, не раскрыты причины, ведущие к росту сердечно-сосудистых заболеваний. Недостаточно прописаны меры, противодействующие росту онкологических заболеваний. [4].

#### ***Список литературы:***

1. Здравоохранение [Электронный ресурс].- URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/healthcare/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/healthcare/) ( дата обращения 16. 10 .2018)
2. Регионы России. Социально-экономические показатели [Электронный ресурс] -

URL:[http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_1138623506156](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156) (дата обращения 16. 10.2018)

3. Малышевская Т.Е. Анализ социально-экономических показателей Сибирского Федерального округа // Международный студенческий научный вестник. – 2018 – № 1 – С. 12-25.

4. Постановление Правительства Омской области от 16 октября 2013 года № 265-п «Развитие здравоохранения Омской области» // Правовая справочная система «Консультант - Плюс».

***Сведения об авторе:***

**Кочарян Кристина Владимировна** – бакалавр 3-го года обучения экономического факультета ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», e-mail: kocharyan.98@list.ru

**К ВОПРОСУ О СПОСОБАХ УКРЕПЛЕНИЯ ДОХОДНОЙ БАЗЫ  
РЕГИОНАЛЬНЫХ БЮДЖЕТОВ РФ НА ПРИМЕРЕ ОМСКОЙ  
ОБЛАСТИ**

**TO THE QUESTION OF HOW TO STRENGTHEN THE REVENUE  
BASE OF REGIONAL BUDGETS OF THE RUSSIAN FEDERATION  
ON THE EXAMPLE OF OMSK REGION**

**А.В. Лаук**

**A.V. Lauk**

В статье рассмотрены особенности укрепления доходной базы региональных бюджетов РФ на примере Омской области. Автором рассмотрены меры по повышению налоговых зачислений с бюджета регионов,

специфика современных проблем по данному вопросу, а также дискуссии современных ученых по этому вопросу.

The article describes the features of strengthening the revenue base of regional budgets of the Russian Federation on the example of Omsk region. The author considers measures to increase tax payments from the regional budget, the specifics of modern problems on this issue, as well as discussions of modern scientists on this issue.

***Ключевые слова:*** налог, региональный бюджет, налоговое зачисление.

***Keywords:*** tax, regional budget, tax enrollment.

Превалирующую долю налогов на уровне региона и муниципалитета занимают налоги, которые взимаются с имущества. Такие налоги не входят в состав федеральных налогов, так как число доходов, сформированных с налогообложения значительно меньше, чем налоговые зачисления от обложения выручки, дохода (прибыли) или операций по реализации.

Это значит, что, учитывая все задачи, которые стоят перед властью на разных уровнях, а также количество необходимых для их осуществления финансовых ресурсов налоги на доходы (налог на прибыль организаций, налог на доходы физических лиц) и реализацию (НДС, акцизы) являются основной частью налогов на федеральном уровне, накапливающих налоговую прибыль федерального бюджета.

Налоги, которые взимаются с имущества, аккумулируются на уровне налоговой системы региона и муниципалитета, и как следствие, являются основными собственными налоговыми доходами региональных и местных бюджетов.

Безусловно, необходимо отметить, что на территориальном уровне имущество является центральным объектом налогообложения. Объектом имущественного налогообложения может выступать любое имущество,

состоящее на балансе предприятий, всевозможное имущество физических лиц [1, ст. 374, 401].

На сегодняшний день ведется очень много споров среди ученых по поводу того, к региональным или местным налогам должен относиться налог на недвижимость.

Например, одна группа ученых-исследователей считает, что имущественные вопросы – это вопросы только местного уровня, объясняя это тем, что так будет достигнута наибольшая эффективность в вопросах укрепления финансовой стороны муниципальных образований. Но такая позиция имеет свой существенный минус: подрывается основа региональных финансов.

Другие исследователи утверждают, что налог на недвижимость находится под ведением регионального уровня. Такая позиция объясняется укреплением региональных бюджетов. Но непостоянное положение региональных бюджетов не всегда соответствует важнейшим задачам общенациональной экономической политики по созданию и закреплению за каждым бюджетом бюджетной системы постоянной и достаточной финансовой базы, которая позволит всем уровням власти быть в какой-то степени независимой от бюджетов других уровней, тем самым планировать объем бюджетных расходов непосредственно исходя из своих доходных поступлений.

Это значит, что для того, чтобы не допустить финансовую ослабленность бюджета необходимо закрепление налога не только на местном, но и на региональном уровне, тем самым распределив его наиболее оптимально. Помимо этого, чтобы повысить доходы с налогов, необходимо активизировать меры по финансовому восстановлению убыточных предприятий.

Для первичного финансового восстановления предприятий необходимо провести реструктуризацию их задолженности. Такое действие включает в себя:

1. Отмену задолженности предприятий по оплате штрафов за несвоевременное перечисление средств в бюджет и внебюджетные фонды;



2. Реструктуризацию суммы прямого долга;

Затем снижение долга можно провести следующим образом:

1. Заключить с предприятием договор о поставках продукции в счет его задолженности в бюджет;

2. Оформить долг в виде государственного кредита с минимальной процентной ставкой;

3. Провести в рамках выделенной задолженности процедуры взаиморасчета по долгам с другими хозяйствующими субъектами и с государством.

В 2018 году органами, осуществляющими финансовый контроль в Омской области, согласно действующему законодательству, взыскан долг по транспортным, земельным налогам и налогу на имущество физических лиц более 329012 налогоплательщиков в количестве более 637 млн. рублей [2].

На сегодняшний день Министерство финансов Омской области заявило о текущем рефинансировании коммерческих кредитов. Сейчас в планах правительства кредитование долга на сумму 6 млрд. рублей по ставке 7,5% годовых [3].

Целью предоставления кредитов в Омской области является возмещение недостачи бюджета области, а также погашение долга перед государством.

Необходимо отметить, что осуществление мер по повышению налоговых поступлений региональных бюджетов значительно укрепит их независимость. Безусловно, сделано очень много попыток, чтобы решить эти проблемы, но остается еще достаточно большое количество и других проблем, которое необходимо решить, как на федеральном, так и на региональном уровнях. Рост налоговых доходов имеет как положительные, так и отрицательные моменты.

В ходе исследования мы выявили, что резервы по повышению налоговых доходов региональных бюджетов могут быть найдены в финансовой поддержке предприятий и реструктуризации их задолженности бюджету. В части неналоговых источников можно выделить улучшение управления принадлежащим области имуществом. Эффективное использование

государственного имущества может обеспечить собственную доходную базу региона доходов от государственной собственности, находящейся в ведении области. В целом данные меры обеспечат устойчивую базу региональных бюджетов.

***Список литературы:***

1. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 04.06.2018). Гл. 30,32.

2. Сайт Федеральной налоговой службы: <http://www.nalog.ru/rn55/> (дата обращения: 13.06.2018).

3. Портал Правительства Омской области: <http://omskportal.ru/ru/government/> (дата обращения: 05.06.2018).

***Сведения об авторе:***

**Лаук Анна Викторовна** – магистрант 2-го года обучения экономического факультета ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», e-mail: [alauk93@bk.ru](mailto:alauk93@bk.ru).

**ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В  
ПОДБОРЕ ПЕРСОНАЛА**

**INFORMATION AND TELECOMMUNICATION TECHNOLOGY IN  
RECRUITMENT**

**Д.К. Макиенок**

**D.K. Makienok**

В статье рассматриваются информационно-телекоммуникационные технологии подбора персонала. По мнению автора, применение современных

инструментов позволяет повысить эффективность, как процессов, так и результата деятельности компаний в целом.

The article deals with information and telecommunication technologies for recruitment. According to the author, the use of modern tools can improve the efficiency of both the processes and the result of the companies as a whole.

**Ключевые слова:** Подбор, Digital – технологии, технологии подбора, программные продукты в подборе персонала.

**Keywords:** Selection, Digital - technologies, technologies of selection, software products in the selection of personnel.

В настоящее время информационная экономика бурно сопровождается активным развитием коммуникационных и информационных технологий, которые также активно влияют на изменение организационных устройств систем управления компанией. С появлением глобальных сетей Интернет меняются традиционные экономические модели ведения бизнеса: основными преобразованиями компаний становятся выравнивание деятельности, децентрализация, а также повышение гибкости.

Технологии искусственного интеллекта полезны для подбора персонала организации. Ведение единой базы данных позволит решить ряд проблем: экономия рабочего времени при собеседовании; возможность вернуться к наработанным результатам в любое время; снижение затрат на сбор и обработку информации, тем самым повышая производительность труда и производительность компании в целом.

Рассмотри примеры современных методов подбора персонала:

1) Поиск кандидатов в социальных сетях. Аккаунты в социальных сетях дают хорошее представление о потенциальном сотруднике, с настройками каждой из социальных сетей можно найти большое количество кандидатов на широкий спектр должностей: от линейных рабочих до топ-менеджеров.

2) Искусственный интеллект. Роботизированная программа может взять на себя функции поиска и скрининга кандидатов во время массового набора. В зависимости от целей компании, бот находит и анализирует кандидатов в сети по заданным параметрам. Один из российских филиалов компании Uber воспользовался сторонней платформой, чтобы закрывать в месяц 20 позиций специалиста по поддержке пользователя. Бот самостоятельно искал кандидатов во всех возможных источниках и оценивал их по заданным параметрам. Позже, отобранный кандидат записывал видео - интервью на платформе и отправлял его работодателю. Другой пример современного метода подбора персонала — робот Вера, которая с конца 2017 года работает на компанию Соса - Cola НВС в России. Специалисты компании предполагают, что к концу 2018 года она будет закрывать 10% всех вакансий. [1]

3) Вакансия в виде вирусного видеоролика в сети. Популярный метод, особенно для зарубежных государственных департаментов. В качестве яркого примера приведем недавнюю историю с новозеландской полицией, которая выпустила объявление о новом наборе в формате видео. Ролик сразу же получил название «Самое захватывающее полицейское рекрутинговое видео в мире» [2].

4) Компьютерное тестирование. Это разновидность тестирования с использованием современных технических средств, имеющее ряд преимуществ по сравнению с традиционным бланочным тестированием (получение мгновенного результата, исключение предвзятости, нормирование трудности и объёма тестовых заданий, массовость, лёгкость обработки результатов, возможность тестирующих программ работать в режиме обучения).

5) Big Data Talent Analytics Tools (инструменты анализа талантов с помощью больших данных).

Развитие рынка программного обеспечения таково, что необходимо оперативно, не менее чем один раз в полгода обновлять как сам парк офисной техники, так и соответствующее программное обеспечение. В табл. 1 рассмотрим примеры таких программных продуктов.

Таблица 1 - Эффективные программные продукты [3]

Программные продукты	Область применения
Робот Вера	Вера умеет находить резюме на рабочих сайтах в соответствии с требованиями компании, обзванивать кандидатов и предоставлять им необходимую информацию, а также проводить видеointервью.
Staforу	Сервис поиска рекрутов при помощи фрилансеров. Платформа позволяет фильтровать и выбирать предложения, сортировать и хранить резюме соискателей (а потом и экспортировать), вести календарь собеседований и встреч.
Experium	Программа для автоматизации подбора персонала: она умеет размещать объявления о работе на соответствующих сайтах, сортирует карточки кандидатов, работает с социальными сетями, отправляет письма и SMS кандидатам и многое другое.
Amazing Hiring	Поисковая система, автоматизирующая поиск сотрудников. Она осуществляет одновременный поиск по множеству источников в интернете, автоматически оценивает их квалификацию и подбирает наиболее подходящих кандидатов. Кроме того, есть расширение для браузера, которое позволяет увидеть полную информацию о кандидате, на каком ресурсе вы бы ни находились.
VCV	Платформа для видеointервью с соискателями. Рекрутер загружает в систему список вопросов, время на ответ и высылает их кандидату, а тот записывает видеootветы. Сервис позволяет сократить время общения с кандидатами.
HireVue	Платформа для проведения видео интервью. Есть возможность проводить интервью OnDemand, онлайн (соответственно, откуда угодно) и составлять планирование собеседований. Платформа использует искусственный интеллект для считывания эмоций кандидатов. Помимо этого, есть возможность обучения персонала при помощи видео, а также настройки брендированных страниц.

Платформа AssessFirst	Занимается интеллектуальным подбором персонала, который основан на анализе потенциала работников: система изучает мотивации будущих работников, их возможности и поведение.
Microsoft Dynamics AX	Это многофункциональная ERP - система. Она предлагает необходимые инструменты для управления финансами, кадрами и текущей деятельностью. Рекрутеры используют ее для ведения кандидатского блока (история и профиль кандидата) и клиентского блока.
E-Staff Рекрутер	Система полного цикла, автоматизирующая рутинные операции в рекрутинге. Она позволяет хранить штатную структуру, вести учет клиентов, вакансий и заявок на подбор сотрудников, способна автоматически размещать объявления о работе в интернете, позволяет настроить поиск кандидатов, умеет импортировать резюме из почты и документов, помогает в работе с кандидатами и многое другое.
Workday	Облачная платформа, позволяющая управлять капиталом и человеческими ресурсами компании. Рекрутеры используют ее для хранения данных сотрудников и отмечают модуль Talent&Performance.

Функционирующий сервис должен иметь следующие характеристики:

- Выполнять все рутинные операции: импорт резюме любых форматов в единую базу, сортировка кандидатов по заданным параметрам.
- Обеспечивать хранение большого массива данных с возможностью выбрать способ (облачное или на серверах компании).
- Координировать взаимные действия HR-команды, линейных менеджеров, и руководства.
- Собирать статистику: то есть осуществлять анализ «воронки» рекрутинга на каждом этапе и считать конверсию.

При выборе рекрутингового инструмента необходимо придерживаться главной задаче – минимизация, и ускорение процесса найма сотрудников.

Таким образом, воздействие информационно - коммуникационных технологий на процесс подбора персонала преобразует рынок труда, что, в частности, сказывается на вакантных позициях. На уровне организации наличие вакантной позиции означает, что есть потребность в персонале, обладающем определенным уровнем компетенций и компетентности. Пока организация не наймет и не адаптирует сотрудника к трудовым функциям в конкретной организационной системе, коммерческие организации несут скрытые или явные потери прибыли, упущенную выгоду. Именно по этой причине значение качества работы служб по работе с персоналом в вопросах подбора персонала приобретает стратегический характер в условиях информационного общества.

#### ***Список литературы:***

1. Основные методы подбора персонала. [Электронный ресурс] / Финансовая Академия «Актив». - Режим доступа: URL:// <https://finassessment.net/blog/trudnosti-najma-kakie-metody-podbora-personala-otkhodyat-v-proshloe>. (дата обращения: 28.05.2019).
2. Восхитительный рекрутинговый видеоролик от новозеландской полиции. [Электронный ресурс] / HR-Portal. - Режим доступа: URL:// <https://hr-portal.ru/blog/voshititelnyy-rekrutirovyy-videorolik-ot-novozelandskoy-policii> . (дата обращения: 25.05.2019).
3. Самые актуальные HR - сервисы: рекомендации от рекрутеров. [Электронный ресурс] / Rusbase. - Режим доступа: URL://<https://rb.ru/list/true-hr/> (дата обращения: 25.04.2019).

#### ***Сведения об авторе:***

**Макиенок Данил Константинович** – магистрант 2-го года обучения экономического факультета ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»

**EXCESS BURDEN РОССИЙСКОЙ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ:  
ОЦЕНКА НА МАКРО И МЕЗОУРОВНЕ  
EXCESS BURDEN OF THE RUSSIAN TAX SYSTEM: MACRO AND  
MESO ESTIMATION**

**М.В. Маклакова, Е.В. Писаренко  
M.V. Maklakova, E.V. Pisarenko**

В статье ставится задача рассмотреть и проанализировать эффективность работы налоговых органов по Сибирскому федеральному округу (СФО) и Российской Федерации (РФ) в целом. В результате анализа были рассчитаны показатели фискальной эффективности налоговой системы по субъектам СФО и РФ и предложены варианты повышения эффективности работы налоговых органов.

The article aims to review and analyze the effectiveness of the tax authorities in the Siberian Federal District (SFO) and the Russian Federation (RF) as a whole. As a result of the analysis, indicators of the fiscal efficiency of the tax system were calculated for the subjects of the Siberian Federal District and the Russian Federation and options for improving the efficiency of the tax authorities were proposed.

**Ключевые слова:** налогообложение, фискальная эффективность, издержки налогообложения, избыточная нагрузка от налогообложения.

**Keywords:** taxation, fiscal efficiency, taxation costs, excess burden.

Excess burden (избыточная нагрузка от налогообложения) представляет собой безвозвратные потери от налогообложения, являющиеся одним из видов экономических потерь, при которых общество страдает в результате взимания налогов.

В настоящее время серьезной проблемой является проблема повышения эффективности налоговых органов, но при выполнении своих функций органы требуют довольно внушительных бюджетных расходов, которые все больше и



больше растут из-за недостаточно рациональной организации структуры, как в целом налоговой службы, так и ее подразделений.

Расходы на налоговое администрирование – это материальные затраты, которые уполномоченные государственные органы по налоговому администрированию расходуют для выполнения своих должностных обязанностей [1, С. 26].

К таким материальным затратам относятся все виды затрат, необходимые для осуществления различного рода функций и операций в рамках требований налогового законодательства, в том числе [1, С. 26]:

- заработная плата работников налоговых и других органов, связанных с налогообложением,
- коммунальные платежи за содержание соответствующих зданий,
- расходы на оборудование и расходные материалы для соответствующих органов,
- расходы на служебные командировки,
- организация различных исследований по вопросам налогообложения,
- подготовка кадров.

Можно выделить следующие виды расходов (по ветвям власти) (рисунок 1):

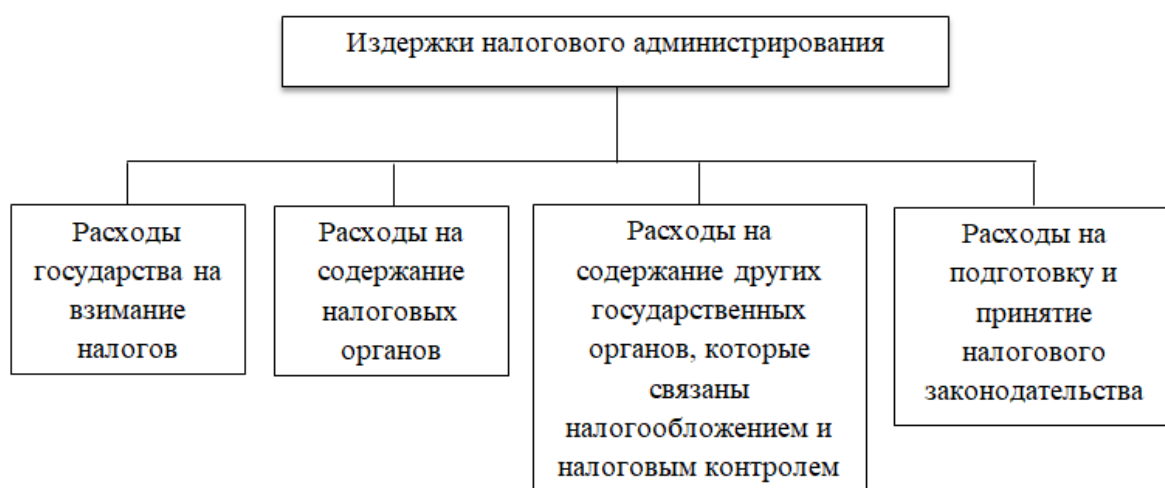


Рисунок 1 - Издержки налогового администрирования [2, С. 35]

Задачей нашего исследования является проведение анализа расходов ФНС и ее территориальных органов, а также расчет фискальной эффективности по субъектам СФО (таблица 1).

Таблица 1- Расходы Федеральной налоговой службы и ее территориальных органов на душу населения (тыс. руб.) [3]

Субъект	2016	2017	2018
Республика Алтай	1,56	1,71	1,65
Алтайский край	0,65	0,64	0,70
Иркутская область	1,00	1,08	1,22
Кемеровская область	0,72	0,80	0,86
Красноярский край	1,06	1,07	1,16
Новосибирская область	0,81	0,82	0,91
Омская область	0,62	0,62	0,72
Томская область	1,08	1,20	1,11
Республика Тыва	1,26	1,27	1,39
Республика Хакасия	0,84	0,89	0,91
Всего по ФНС России	1,00	1,11	1,13

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что расходы на содержание ФНС и ее территориальных подразделений с каждым годом увеличиваются. Самые большие расходы приходятся на республику Алтай, которые в 2018 году составляют 1650 рублей на душу населения.

Рост расходов связан с увеличением заработной платы служащим ФНС России, с приобретением услуг по разработке современного программного обеспечения и модернизацией автоматизированных систем, а также с переходом на новые инструменты налогового контроля.

Фискальную эффективность (ФЭ) можно рассчитать, как отношение абсолютного объема налоговых поступлений к расходам на налоговое администрирование:

$$\text{ФЭ} = \text{ОНП} / \text{РА},$$

где ОНП - объем налоговых поступлений; РА - расходы на администрирование.

Показатель фискальной эффективности отражает, какой объем фискальных поступлений государство получает с единицы израсходованных денежных ресурсов (таблица 2).

Таблица 2 - Фискальная эффективность налоговой системы РФ и субъектов СФО [1, С. 26].

Субъект	Налоговые поступления (млрд. руб.)	Расходы ФНС и ее территориальными органами (млрд. руб.)	Фискальная эффективность (ФЭ)
Республика Алтай	5,1	0,4	12,6
Алтайский край	61,0	1,7	35,9
Иркутская область	163,4	2,9	56,3
Кемеровская область	151,9	2,3	66,0
Красноярский край	233,5	3,3	70,8
Новосибирская область	120,7	2,5	48,3
Омская область	113,0	1,4	80,7
Томская область	56,2	1,2	46,8
Республика Тыва	5,8	0,4	14,5
Республика Хакасия	27,1	0,5	54,2
РФ	11926,6	165,6	72,0

Нормой принято считать уровень фискальной эффективности налоговой системы, находящийся в пределах 60-80 ден. ед./ден. ед. [1, С. 26].

Существует 2 способа повышения фискальной эффективности:

- 1) Увеличение собираемости налогов;
- 2) Снижение расходов материальных средств на содержание налоговых органов.

Исходя из проведенного анализа показателей фискальной эффективности по субъектам СФО, можно сделать вывод, что данный показатель находится в норме только в Кемеровской области и Красноярском крае. Превышение показателя наблюдается в Омской области и составляет 80,7. Это связано с тем, что в Омской области проводится достаточно жесткая налоговая политика. Преимуществом такой политики является то, что в Омской области достаточно высокие налоговые поступления в региональный бюджет, а недостатком то, что

юридические и физические лица не всегда могут быть довольны проводимой налоговой политикой в регионе, вследствие чего могут «голосовать ногами».

Поступление налоговых доходов в расчете на 1 служащего налоговых органов в 2017 г. – более 130 млн. руб. В 2017 г. 1 руб. затрат на ФНС принес государству 123,4 руб.

Главным направлением сокращения издержек налогового администрирования в РФ должно стать повышение эффективности работы налоговых органов, государственных организаций и учреждений, а также повышение эффективности функционирования государственного аппарата в целом.

Снижение издержек налогового администрирования также может быть достигнуто путем упрощения системы налоговых органов и устранения чрезмерной формальности актов финансового управления.

#### ***Список литературы:***

1. Анисимов А.Л. Эффективность налогового администрирования в налоговой системе Российской Федерации // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2015. – № 1 (57). – С. 24-30.

2. Киреенко А.П. Издержки налогового администрирования в российской налоговой системе, их измерение и оценка // Известия ИГЭА. – 2012. – № 4 (84). – С. 34-38.

3. Федеральная налоговая служба Российской Федерации [Электронный ресурс] – URL: <https://www.nalog.ru/> (дата обращения 13.04.2019).

#### ***Сведения об авторе:***

**Маклакова Маргарита Владимировна** - бакалавр 3-го года обучения экономического факультета ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», e-mail: [maklakova.margarita1@yandex.ru](mailto:maklakova.margarita1@yandex.ru)

**Писаренко Екатерина Владимировна** – бакалавр 3-го года обучения экономического факультета ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», e-mail: [katya.pisarenko.1998@mail.ru](mailto:katya.pisarenko.1998@mail.ru)

## **ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА НА ПРИМЕРЕ ИКЕА MARKETING PLANNING ON THE EXAMPLE OF IKEA**

**С.М. Папышева**

**S.M. Papysheva**

В статье рассматривается процесс планирования маркетинга в компании ИКЕА. Показано, что существует несколько направлений для повышения эффективности планирования маркетинга в данной компании.

The process of marketing planning in IKEA is considered in the article. Showed, that there are several ways to improve the marketing planning in this company.

**Ключевые слова:** планирование маркетинга, маркетинговая стратегия, маркетинговое исследование.

**Keywords:** marketing planning, marketing strategy, marketing research.

На сегодняшний день в условиях рыночной экономики ни одна организация не может быть успешной без грамотно организованного процесса планирования маркетинга. Поэтому целью данного исследования является разработка рекомендаций по совершенствованию планирования маркетинга в компании ИКЕА.

Компания ИКЕА занимается дизайном и реализацией мебели и сопутствующих товаров для дома, рассчитанных для массового потребителя. Деятельность компании подчиняется единой идее, выраженной в её миссии «изменить к лучшему повседневную жизнь многих людей». Бизнес-идея ИКЕА заключается в том, что компания прилагает максимум усилий, чтобы

предлагать покупателям товары высокого качества по доступным ценам, оптимизируя каждый этап цепочки поставок, выстраивая долгосрочные отношения с поставщиками, инвестируя средства в автоматизацию производства, а также производя товары большими объемами [1, с. 37].

В планировании маркетинга принимают участие такие отделы, как:

1. Отдел маркетинга – проведение исследований и использование данных из открытых источников (Росстат). Все эти данные необходимы для создания портрета потенциального покупателя.

2. Отдел продаж – разработка прогнозов продаж на основе статистики, анализ тенденций рынка по таким параметрам, как:

- Ценообразование: проведение полевых исследований, посещение магазинов конкурентов, сравнение цен и услуг других компаний.

- Тренды и покупательские потребности: сбор необходимой информации для IKEA of Sweden (международное подразделение, разрабатывающее новые товары).

3. Отдел планирования и контроля финансовой и операционной деятельности – составление бизнес-плана и бюджетов, прогнозирование прибыли, расчёт рисков, контроль ресурсов и затрат [2, с. 38].

Перед входом на рынок какой-либо страны IKEA проводит широкое исследование, которое включает в себя опросы жителей страны; анкетирование и интервью, наблюдение за потребителями; анализ будущего рынка сбыта, выявление Operation Risk Index – коэффициента, который отражает оценку деловой среды и выявляет основные препятствия на пути развития бизнеса.

При входе на новые рынки IKEA используют проверенную на протяжении многих лет стратегию, основанную на следующих принципах:

1. Осуществление организации сбыта продукции через огромные магазины IKEA и кафе, находящиеся в этих магазинах;

2. Предоставление клиентам различных услуг (доставка товара).

3. Загородная дислокация магазинов IKEA, которая продиктована низкой стоимостью аренды, а также возможностью увеличения товарооборота

за счёт того, что каждый вероятный клиент, проехав много километров и порой постояв в автомобильных пробках, вряд ли покинет магазин, не вознаградив себя хотя бы какой-то покупкой.

4. Установление среднерыночных цен на товары (или цен ниже, чем у конкурентов) с учётом принципа минимизации издержек производства и включением в цену желаемой нормы прибыли.

5. Проведение разноплановых маркетинговых исследований (исследование уровня удовлетворенности покупателей).

6. Использование комплексного подхода в применении маркетинговых коммуникаций для продвижения продуктов и услуг, включая:

- прямой маркетинг (каталоги);
- рекламу (на телевидении, радио, интернет-рекламу, наружную рекламу);
- связи с общественностью (статьи о деятельности компании);
- стимулирование сбыта (акции, скидки, бонусы);
- программы лояльности (клуб IKEA FAMILY);
- благотворительность [3, с. 112].

Все направления и принципы деятельности компании укладываются в стратегию социального маркетинга, благодаря которой, в частности, был обеспечен успех данного торгового гиганта [4].

Однако время перемен настало и для IKEA. Причин, обосновывающих необходимость внесения изменений в планирование маркетинга, несколько.

Во-первых, если ещё в 2016 году компания продемонстрировала хотя бы минимальный рост выручки в 0,25%, то в 2017 году выручка шведской компании в РФ впервые упала в сравнении с показателем 2016-го сократившись на 7,4%, до 92,05 млрд руб. Чистая прибыль снизилась почти на 40% до 3,1 млрд руб. [5].

Во-вторых, большие форматы, на которые в течение столь долгого времени делает ставку IKEA, уже не кажутся столь устойчивыми на стремительно меняющемся рынке. Загородные магазины-склады теряют

популярность среди современных потребителей, крайне ограниченных во времени и тщательно планирующих бюджет [1, с. 39].

В-третьих, статистика показывает, что трафик в магазинах ИКЕА не растет последние пять лет (например, в РФ магазины ИКЕА посетили в 2015 году 74 млн. человек, в 2016 году – 70 млн. человек, а в 2017 году – 67 млн. человек). Этому есть вполне логичное объяснение: молодые люди — ядро целевой аудитории бренда большую часть своих покупок делают онлайн.

Поэтому компании ИКЕА необходимо пересмотреть существующую маркетинговую стратегию с учётом современных мировых тенденций [2, с. 40]. Здесь возможно предложить два направления совершенствования деятельности, связанной с планированием маркетинга в ИКЕА.

Вариант 1. Необходимо исследовать вопросы, касающиеся сбыта продукции, в частности, возможность встроить другие каналы сбыта (например, форматы, более удобные для совершения покупок, такие как пункты выдачи товара, приобретенного онлайн»). С учётом развития интернет-магазинов у компании не остается другого выбора, кроме как инвестировать в сервис [3, с. 111].

Вариант 2. Вторым новым направлением развития ИКЕА в России может стать открытие торговых точек площадью до 900 кв. м. Первые шаги по изменению такой ситуации компания начала предпринимать уже в 2015 году. С тех пор по всему миру было открыто 24 магазина нового формата – 900 кв. м. (при том, что стандартная загородная ИКЕА занимает 25000 кв. м). Каждый из этих магазинов отличается от остальных местом расположения, внутренней планировкой и ассортиментом. Таким образом, компания получает возможность тестировать разные варианты и находить наиболее удачные. При таких форматах магазинов возможно предложение клиенту новых видов услуг (изготовление мебели на заказ, консультации дизайнеров интерьера) [4].

Таким образом, одним из результатов внедрения предложенных мероприятий будет не только сохранение, но и потенциально возможное увеличение клиентской базы ИКЕА. Благодаря реагированию на ускоряющиеся



темпы изменений, происходящих в обществе, компания ИКЕА сможет и в дальнейшем занимать лидирующее положение в продаже мебели и товаров для дома.

#### ***Список литературы:***

1. Мирзаханян В.Р. Аспекты международного маркетинга компании ИКЕА // Аллея Науки. 2017. №9. С. 36-39.
2. Тюрина А.А. Разработка инновационных методов PR-деятельности для российского представителя компании «ИКЕА». Наука и современность // 2014. № 32-1. С. 37-40.
3. Цымбалов М.А., Сиротина М.А., Егорова О.Ю. Эффективная маркетинговая стратегия на примере компании ИКЕА // Успехи в химии и химической технологии. 2016. Т. 30. № 8 (177). С. 110-112.
4. Официальный сайт ИКЕА [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.ikea.com/ru/ru/> (дата обращения: 20.04.2019).
5. Финансовое состояние ООО "ИКЕА ДОМ" [Электронный ресурс]. - URL: [https://www.testfirm.ru/result/5047076050\\_ooo-ikea-dom](https://www.testfirm.ru/result/5047076050_ooo-ikea-dom) (дата обращения: 21.04.2019).

#### ***Сведения об авторе:***

**Папышева Светлана Михайловна** – бакалавр 3-го года обучения экономического факультета ОмГУ им. Ф.М. Достоевского, e-mail: [sveta\\_omsk@list.ru](mailto:sveta_omsk@list.ru).

### **КАЙДЗЕН КАК КЛЮЧ К УСПЕХУ (ОПЫТ НПО «МИР») KAIZEN AS A KEY TO SUCCESS (THE EXPERIENCE OF SCIENTIFIC PRODUCTION ASSOCIATION “MIR”)**

**А.А. Федорова**

**А.А. Fedorova**

В статье раскрыта сущность технологий Кайдзен-костинг и Таргет-костинг. Рассмотрены процессы внедрения технологий Кайдзен-костинг и Таргет-костинг, а также основной алгоритм их реализации на практике. Выявлен эффект от внедрения технологии Кайдзен-костинг. Рекомендована методика внедрения компенсирующих статей.

The article reveals the essence of the technology Kaizen-costing and Target-costing. The process of introducing the Kaizen-costing and Target-costing technologies, as well as the basic algorithm for their implementation in practice, are considered. Revealed the effect of the introduction of technology Kaizen-costing. Recommended method of introducing compensating items.

**Ключевые слова:** Кайдзен-костинг, Таргет-костинг, функционально-стоимостной анализ, себестоимость, компенсирующие статьи.

**Keywords:** Kaizen-costing, Target-costing, functional cost analysis, cost, compensating items.

НПО "МИР" - один из ведущих поставщиков решений в области автоматизации и управления объектами электросетевого хозяйства в Российской Федерации и Казахстане. НПО "МИР" оказывает полный комплекс услуг – разработка, изготовление, проектирование, внедрение и обслуживание автоматизированных систем в электрических сетях ресурсодобывающих, промышленных, транспортных и сетевых компаниях [2].

Кризис 2008 года привел к тому, что Научно-производственное объединение «МИР» столкнулось с сокращением числа заявок от клиентов и, как следствие, доходов.

Ряд нефтяных компаний, использующих продукцию НПО «МИР», обратились к предприятию с просьбой снизить цены на продукцию на 20%.

Компания не имела возможности отказать заказчикам.

Большинство отечественных предприятий проводит вычисления согласно формуле «ЦЕНА = ЗАТРАТЫ + ПРИБЫЛЬ», несмотря на рыночную ситуацию,

прибыль начинает играть определяющую роль при формировании цены. Работая по такой схеме, НПО «МИР» оказались в верхнем ценовом сегменте, продавая комплексные решения (высокое качество продукции, пятилетний гарантий срок, сервис высшего уровня), когда практически все конкуренты остались в среднем ценовом сегменте, предлагая лишь комплектующие для систем. Поэтому необходимо было найти решение, которое не привело бы к снижению качества и надежности продукции.

Компания приняла решение ориентироваться на формулу «ПРИБЫЛЬ = ЦЕНА – ЗАТРАТЫ».

Была поставлена задача пересмотреть структуру затрат и принять меры по их снижению. Было выделено два направления:

- 1) временное снижение премиальных выплат путем оперативной корректировки производственных программ;
- 2) снижение затрат в производственных подразделениях постоянного характера.

На рисунке 1 представлена структура затрат НПО «МИР».



Рисунок 1- Структура затрат НПО «МИР»

Налоговый сегмент для данного предприятия является практически неизменным. По уменьшению остальных сегментов регулярно задаются конкретные измеримые ориентировки.

Процесс решения поставленных задач требовал вовлечения сотрудников, и руководство НПО "МИР" пришло к внедрению технологий «Таргет-костинг» и "Кайдзен-костинг" (обеспечение необходимого уровня себестоимости продукта и поиск возможностей снижения затрат до некоторого целевого уровня).

Кайдзен-костинг и таргет-костинг решают практически одинаковую задачу. Обе технологии служат для того, чтобы снижать уровень отдельных статей расходов и себестоимость конечного продукта, пока не будет достигнут необходимый уровень. Но не стоит забывать о том, что жизненный цикл продукта делится на две части, такие как стадия планирования и разработки и стадия производства. И в этом случае таргет-костинг работает на первом этапе, а кайдзен – на втором [1].

До сотрудников были доведены конечные цели: снизить себестоимость и достигнуть уровня конкурентоспособных цен.

В первую очередь проводится функционально-стоимостной анализ. Он изучает свойства и функции продукта и его составляющих. После определения соотношения функций и затрат легче определить, на каком этапе создания продукта возникают нецелесообразные затраты и каков их размер. Предложения от всех подразделений попадают в планово-экономический отдел, где осуществляется анализ этих предложений, иногда с привлечением экспертов (например, если отдел снабжения предлагает заменить одни комплектующие на другие, к рассмотрению этой инициативы привлекаются разработчики оборудования, чтобы определить, не скажется ли это на качестве конечной продукции). Затем выполняется расчёт плановой себестоимости и экономического эффекта. Крупные предложения (с экономическим эффектом, превышающим 100 тыс. руб.) рассматриваются специальной комиссией по снижению затрат, куда входит всё высшее руководство, кроме генерального директора. Рассмотрению подлежит не только суть предложения, но и расчеты экономического эффекта. Далее с помощью голосования принимается решение о внедрении или отклонении предложения.

Без проведения анализа эффективности ни одно предложение не принимается.

К декабрю 2010 года, по данным Росстата, инфляция в стране составила 8,8%. С учетом роста заработной платы, стоимости материалов (11%) и услуг сторонних организаций плановая себестоимость должна была вырасти примерно на 9,5%. Фактический рост себестоимости продукции составил 4%, а себестоимость нескольких продуктов осталась неизменной. Отклонение составило 5,5%. На уменьшение роста себестоимости повлияли:

- Снижение трудоемкости производства продукции (2%);
- Снижение затрат в подразделениях (2,1%);
- Программа «снижение затрат» - работа с банками (1,4%).

В течение 2009 года в планово-экономический отдел поступило 562 предложения (в среднем 46 предложений в месяц), а в 2010 году поступило 756 предложений (в среднем 63 предложения в месяц) [2].

Вовлеченность сотрудников в решение задач обеспечивается следующим образом. Во-первых, в зависимости от численности подразделения ему спускается план по количеству предложений. Во-вторых, осуществляется контроль поступления этих предложений. Например, перед отделом может стоять цель: снизить затраты на 100 000 руб. в год, а его сотрудники выходят с предложением, которое позволит снизить затраты на 500 000 руб., и потом весь год ничего не делать. Чтобы этого не произошло, отслеживаются все предложения, не обязательно только те, которые имеют отношение к себестоимости продукции. Они могут касаться повышения ее качества, улучшение производственных процессов. Не поддерживаются предложения, связанные с сокращением штата, так как это нарушает основные принципы предприятия. Авторы лучших предложений награждаются премиями.

Результатами проведенной работы стали увеличение числа заявок от клиентов, новые направления деятельности, повышение профессионального уровня управленческого аппарата.

Также для более эффективного снижения затрат рекомендуется применение такой методики, как внедрение компенсирующих статей, например, «возвратные отходы» [3]. Технологи при разработке технологического процесса устанавливают объем отходов с каждой единицы продукции на каждом этапе производства, а план производства определяет количество изделий. Производство количества отходов и количества изделий позволяет сформировать план по возвратным отходам для каждого рабочего места, а в калькуляцию к статье «материалы» добавляют статью с отрицательным показателем «возвратные отходы». Таким образом, отходы начинают приносить доход.

Таким образом, использование технологии Кайдзен-костинг актуально. Это позволяет предприятию за счёт сдерживания роста цен на продукцию оставаться конкурентоспособным.

#### ***Список литературы:***

1. Галицкий С.В., Ворошко И.А. Роль модели «кайдзен-костинг» в системе управления затратами // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 10 (часть 1). – С. 119–123.
2. Официальный сайт НПО «МИР» (Научно-производственное объединение «МИР») [Электронный ресурс] – URL: <https://www.mir-omsk.ru/> (дата обращения 02.04.2019).
3. Бережливое производство [Электронный ресурс] – URL: <https://www.lean-kaizen.ru/> (дата обращения 02.04.2019).

#### ***Сведения об авторе:***

**Федорова Анастасия Андреевна** - бакалавр 3-го года обучения экономического факультета ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», email: [feanbest@yandex.ru](mailto:feanbest@yandex.ru).