

Научно-исследовательский  
центр «Иннова»

# ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ НАУКИ

Сборник научных трудов по материалам  
XVII Международной научно-практической конференции,  
20 марта 2020 года, г.-к. Анапа



Анапа  
2020

УДК 00(082) + 001.18 + 001.89

ББК 94.3 + 72.4: 72.5

Ф94

**Ответственный редактор:**

Скорикова Екатерина Николаевна

**Редакционная коллегия:**

**Бондаренко С.В.** к.э.н., профессор (Краснодар), **Дегтярев Г.В.** д.т.н., профессор (Краснодар), **Хилько Н.А.** д.э.н., доцент (Новороссийск), **Ожерельева Н.Р.** к.э.н., доцент (Анапа), **Сайда С.К.** к.т.н., доцент (Анапа), **Климов С.В.** к.п.н., доцент (Пермь), **Михайлов В.И.** к.ю.н., доцент (Москва).

**Ф94** **Фундаментальные основы науки.** Сборник научных трудов по материалам XVII Международной научно-практической конференции (г.-к. Анапа, 20 марта 2020 г.). [Электронный ресурс]. – Анапа: Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО, 2020. - 46 с.

**ISBN 978-5-95283-273-2**

В настоящем издании представлены материалы XVII Международной научно-практической конференции «Фундаментальные основы науки», состоявшейся 20 марта 2020 года в г.-к. Анапа. Материалы конференции посвящены актуальным проблемам науки, общества и образования. Рассматриваются теоретические и методологические вопросы в социальных, гуманитарных, естественных и других науках.

Издание предназначено для научных работников, преподавателей, аспирантов, всех, кто интересуется достижениями современной науки.

Материалы публикуются в авторской редакции. За содержание и достоверность статей, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

Информация об опубликованных статьях размещена на платформе научной электронной библиотеки (eLIBRARY.ru). Договор № 2341-12/2017К от 27.12.2017 г.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте:  
[www.innova-science.ru](http://www.innova-science.ru).

УДК 00(082) + 001.18 + 001.89

ББК 94.3 + 72.4: 72.5

© Коллектив авторов, 2020.

© Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО

(подразделение НИЦ «Иннова»), 2020.

**ISBN 978-5-95283-273-2**

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

<b>СРАВНЕНИЕ РОССИЙСКИХ И МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПО УЧЕТУ ЗАПАСОВ</b>	
<i>Алехина Тамара Эдуардовна</i> .....	5
<b>ОЦЕНКА СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ПРИ АУДИТЕ УЧЕТА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ РАСТЕНИЕВОДСТВА</b>	
<i>Алехина Тамара Эдуардовна</i> .....	9
<b>СИСТЕМА УЧЕТА ИЗДЕЖЕК ПО ВИДАМ ЗАТРАТ</b>	
<i>Егорова Оксана Викторовна</i> .....	13
<b>РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ</b>	
<i>Катаева Кристина Валерьевна</i> .....	18
<b>ВЛИЯНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ КЛИЕНТОВ НА РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННЫХ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ ДЛЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ</b>	
<i>Трапезникова Анастасия Андреевна</i> .....	22
<b>СПЕЦИФИКА УЧЕТА ОПЕРАЦИЙ ПО ЭКСПОРТУ ТОВАРОВ, РАБОТ И УСЛУГ</b>	
<i>Шевченко Елена Павловна</i> .....	29

### ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

<b>ТВИПЛОМАТИЯ В ГЛОБАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ЦИФРОВЫХ МЕДИА</b>	
<i>Александр Николаевич Долгенко</i> <i>Сергей Федорович Мурашко</i> <i>Светлана Владимировна Рудакова</i> .....	34

**ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ****ПОЛИФУНКЦИОНАЛЬНОЕ ЗНАЧЕНИЕ ФИЗИЧЕСКОГО  
ВОСПИТАНИЯ СТУДЕНТОВ СРЕДСТВАМИ  
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ***Шагров Сергей Иванович**Агузаров Алик Георгиевич..... 38***СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ НАУКИ****КОНЦЕПЦИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА***Яковлева Алина Олеговна**Виноградов Никита Николаевич**Рогатнев Юрий Михайлович..... 42*

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

---

УДК 631.16

### СРАВНЕНИЕ РОССИЙСКИХ И МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ПО УЧЕТУ ЗАПАСОВ

**Алехина Тамара Эдуардовна**

студентка 4 курса направления Экономика

научный руководитель Мирошниченко Татьяна Александровна

канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики и менеджмента

ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,

п. Персиановский

***Аннотация:** в статье приводится сравнительная характеристика российских учетных стандартов и международных стандартов финансовой отчетности (МСФО), регулирующих учет и оценку запасов предприятия.*

*The article provides a comparative description of Russian accounting standards and international financial reporting standards (IFRS) governing the accounting and valuation of enterprise reserves.*

***Ключевые слова:** бухгалтерский учет, МСФО, российские стандарты бухгалтерского учета, запасы.*

***Keywords:** accounting, IFRS, Russian accounting standards, finished products, inventories.*

Глобализация мировой экономики привела к необходимости сближения российской нормативной базы в области бухгалтерского учета и отчетности и МСФО. Работа в этом направлении ведется уже давно, однако до сих пор между данными стандартами существуют различия.

Целью данной работы было провести сравнительный анализ требований

российских и международных стандартов учета и финансовой отчетности, регламентирующих порядок учета запасов, выявить их сходства и различия.

В международной практике учет запасов регламентирован МСФО (IAS) 2 «Запасы», который предусматривает порядок определения первоначальной стоимости запасов и их последующего признания в качестве расходов, а также особенности отражения информации о запасах в бухгалтерской отчетности.

Согласно этому стандарту, запасы рассматриваются как активы, имеющие следующие предназначения: для продажи в процессе обычной деятельности; для осуществления основной производственной деятельности; как сырье, материалы, созданные в процессе производства для выполнения предыдущих действий и запаса [3, с.138].

В России бухгалтерский учет запасов регламентирует ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов» (утверждено приказом Минфина России от 9 июня 2001 г. № 44н).

Российский стандарт бухгалтерского учета (РСБУ) и МСФО по-разному устанавливают способы оценки запасов. В соответствии с ПБУ 5/01 оценка производственных запасов, приобретенных за плату, производится по фактической себестоимости. Если в течение года цена снизилась, либо запасы морально устарели или частично потеряли свое качество, то на конец года делают переоценку и отражают в бухгалтерском балансе по цене возможной реализации, с отнесением разницы в ценах на финансовые результаты организации [2, с. 292].

МСФО (IAS) 2 определено, что запасы должны оцениваться по наименьшей из двух величин: первоначальной стоимости и чистой стоимости продажи. Первоначальная стоимость запасов формируется из расходов на их покупку, переработку и прочих затрат, осуществленных на доставку до нынешнего местонахождения запасов и их текущего состояния.

Оценка запасов по чистой стоимости продажи должна производиться в случае, когда данный вид оценки ниже их себестоимости.

Чистая цена реализации - расчетная цена продажи в ходе обычной

деятельности за вычетом расчетных затрат на завершение производства и продажу запасов.

Формирование фактической себестоимости запасов в соответствии с российскими стандартами имеет много сходств с МСФО, вместе с тем нужно обратить внимание на следующие различия.

Так, согласно пункту 6 ПБУ 5/01 пока запасы не приняты к бухгалтерскому учету, разрешено увеличивать их стоимость на сумму процентов по заемным средствам. В МСФО (IAS) 2 «Запасы» также имеется аналогичное правило, но только на условиях, которые отражены в МСФО (IAS) 23 «Затраты по займам». Для включения затрат по займам в стоимость актива необходимо, чтобы запасы подготавливались к использованию по назначению или для продажи обязательно в течение длительного времени. Стандарт запрещает увеличивать на сумму затрат по займам стоимость запасов, производимых или создаваемых в больших количествах на регулярной основе, а также оцениваемых по справедливой стоимости.

Стоимость запасов может быть завышена, если не учитывать, что по международным стандартам скидки, торговые уценки, возвраты платежей и т.п. из затрат на покупку вычитаются. Тогда как пункт 12 ПБУ 5/01 такого изменения в себестоимости запасов не предполагает. Кроме того, согласно МСФО из возможной цены продажи запасов вычитаются расходы на продажу, что не предусмотрено российскими правилами [1].

Способы оценки запасов при их списании по МСФО и РСБУ схожи: по себестоимости каждой единицы; по методу ФИФО; по методу средневзвешенной стоимости.

Метод оценки по себестоимости каждой единицы применяется к запасам, которые обычно не являются взаимозаменяемыми, а также к товарам или услугам, произведенным и выделенным для конкретных проектов. В отношении запасов, которые имеют сходные свойства и характер использования, организация может применять один из следующих способов: метод «первое поступление - первый отпуск» (ФИФО)



или метод средневзвешенной стоимости. Выбор способа оценки запасов должен быть закреплен в учебной политике организации для целей бухгалтерского учета.

Необходимо отметить, что международные и российские стандарты содержат примерно одинаковый объем требований к раскрытию в финансовой отчетности информации об операциях с запасами.

Таким образом, принципы учета материально-производственных запасов согласно российским и международным стандартам финансовой отчетности очень схожи, хотя и присутствуют некоторые отличия.

### Список литературы

1. Булохова, О. В. Сравнительная характеристика учета готовой продукции в соответствии с МСФО и РСБУ [Электронный ресурс] / О. В. Булохова / Материалы VI Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». – 2014. – URL: <https://scienceforum.ru/2014/article/2014001252> (дата обращения: 17.12.2019).

2. Рулева, В. В. Различия в учете запасов соответствии с МСФО и РСБУ [Электронный ресурс] / В. В. Рулева, Т. В. Небавская / Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования, №7 (17), 2016. – С. 292. - URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_27398229\\_60913064.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_27398229_60913064.pdf) (дата обращения: 18.12.2019).

3. Юсуфов, А. М. Бухгалтерский учёт и анализ деятельности сельскохозяйственных организаций [Электронный ресурс]: учебное пособие / А. М. Юсуфов, С. Г. Ханмагомедов, З. А. Оруджева. — Махачкала: ДагГАУ имени М. М. Джембулатова, 2018. — 356 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/130599> (дата обращения: 18.12.2019).



---

УДК 657.633.5

**ОЦЕНКА СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ  
ПРИ АУДИТЕ УЧЕТА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ РАСТЕНИЕВОДСТВА**

**Алехина Тамара Эдуардовна**

студентка 4 курса направления Экономика

научный руководитель – Мирошниченко Татьяна Александровна

канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики и менеджмента

ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,

п. Персиановский

***Аннотация:** в статье рассматривается оценка аудитором системы внутреннего контроля при проведении аудита учета готовой продукции растениеводства. Даны примеры тестов для проведения оценки СВК на участке учета готовой продукции, а также приведены основные характерные нарушения при оприходовании готовой сельскохозяйственной продукции.*

*The article considers the auditor 's assessment of the internal control system during the audit of the accounting of finished crop production products. Examples of tests are given to carry out assessment of SVK on the area of finished products accounting, as well as the main characteristic irregularities in capitalization of finished agricultural products are given.*

***Ключевые слова:** система внутреннего контроля, готовая продукция растениеводства, бухгалтерский учет, оценка внутреннего контроля.*

***Keywords:** internal control system, finished crop products, accounting, internal control evaluation.*

В сельскохозяйственных организациях, выращивающих растениеводческую продукцию, основной задачей является обеспечение внутреннего контроля

на этапе сбора урожая и оприходования готовой продукции на складах и элеваторах. Зачастую возникают проблемы, связанные с умышленным хищением, неверным отражением количества полученной продукции в первичных документах и т. п. Иногда сельскохозяйственные предприятия оприходуют готовую продукцию растениеводства не в полном объеме, из-за чего возникает неучтенная продукция, которая затем реализуется.

При планировании аудиторской проверки в сельскохозяйственных организациях аудитору необходимо знать о том, какие возможные ошибки и нарушения могут встречаться в системе учета предприятий данной отрасли экономики. Наиболее существенными и характерными являются следующие ошибки и нарушения:

1. укрытие от учета урожая зерновых, которое осуществляется или путем занижения массы принятого зерна, или завышения массы отгруженного с тока зерна, или укрытия урожая от учета при выращивании зерна на неучтенных площадях;

2. укрытие от учета семян, за счет неполного оприходования семян или завышения количества расхода семян;

3. неполный учет пастбищных кормов, на который указывает низкая урожайность кормовых трав по сравнению с урожайностью в расположенных рядом сельскохозяйственных предприятиях, а также неполное оприходование заготовленных сена, соломы, силоса.

4. изменения в актах на сортировку и сушку продукции, направленные на занижение выхода полноценной продукции за счет завышения количества отходов (земля, мусор) или на выпуск продукции более низкого качества и др.

Для того, чтобы провести аудиторскую проверку учета готовой продукции растениеводства наиболее эффективно, следует на этапе предварительного планирования изучить и оценить состояние системы внутреннего контроля аудируемого лица. Полученная на данном этапе оценка СВК может затем подтверждаться или изменяться аудитором в ходе проверки.

Понимание аудитором СВК подразумевает осуществляемую аудитором оценку адекватности организации средств контроля и установление факта их применения. Это включает рассмотрение способности средства контроля в отдельности или в сочетании с другими средствами контроля эффективно предотвращать или обнаруживать и исправлять существенные искажения [2, с.68].

Рассмотрим на примере оценку состояния системы внутреннего контроля и бухгалтерского учета выпуска готовой продукции (табл. 1).

Таблица 1 – Тесты проверки состояния системы внутреннего контроля и бухгалтерского учета выпуска готовой продукции в ООО «Агропредприятие Бессергеновское» (составлено автором на основе: [3, с. 608-610])

№ п/п	Содержание вопроса или объект исследования	Ответы		Примечание
		Да	Нет	
<b>А. Внутренний контроль</b>				
1	Определен ли круг материально ответственных лиц, обеспечивающих сохранность готовой продукции?	+		договор о полной материальной ответственности
2	Созданы ли условия, обеспечивающие сохранность готовой продукции?	+		имеется охрана, на складах установлена охранная и пожарная сигнализации
3	Кем осуществляются функции контроля сохранности и использования готовой продукции	+		заведующим складом
4	Заключен ли договор о материальной ответственности с работниками склада?	+		договоры подписаны МОЛ
5	Проводится ли инвентаризация готовой продукции?	+		в декабре отчетного года
6	Проводятся ли проверки полноты и своевременности оприходования готовой продукции?	+		бухгалтером
7	Санкционируется ли отгрузка и иное использование готовой продукции?	+		директором предприятия
<b>Б. Система учета</b>				
1	Выполнена ли классификация производственных запасов на соответствующие группы?	+		-
2	Какой метод оценки готовой продукции на счетах бухгалтерского учета выбран в учетной политике?	+		в течение года по плановой себестоимости, с доведением ее в конце года до уровня фактической
3	Производится ли сверка данных аналитического и синтетического учета готовой продукции?	+		ежемесячно
4	Проверяется ли правильность исчисления себестоимости готовой продукции в конце отчетного периода?	+		главным бухгалтером

Из представленных ответов можно сделать вывод о том, что система бухгалтерского учета и СВК в организации находятся на высоком уровне, поэтому риск наличия существенных искажений не высок.

Нигматуллина Г.Р. считает, что при оценке средств внутреннего контроля в ходе аудита учета готовой продукции необходимо проверить наличие условий, обеспечивающих сохранность готовой продукции. Для этого нужно установить места хранения готовой продукции, порядок транспортировки продукции от производственных подразделений до мест хранения или непосредственно до покупателей. Одновременно следует идентифицировать и оценить эффективность применяемых средств контроля: наличие материально ответственных лиц, отвечающих за сохранность готовой продукции; заключение с ними договоров о полной материальной ответственности [1, с. 138].

Аудитору необходимо установить порядок и периодичность проведения инвентаризации готовой продукции и отражение ее результатов в бухгалтерском учете. Он проверяет, как организован контроль за операциями по движению готовой продукции (оприходование, подработка, использование на внутривозвратные цели, продажа и др.), что позволяет избежать умышленных искажений в количестве и в качестве оприходованной и отгруженной продукции. Полученные доказательства понадобятся аудитору при выполнении процедур, по существу, для подтверждения реальности существования активов и полноты отражения их в учете и отчетности.

Таким образом, оценка СВК на участке учета готовой продукции позволяет аудитору выявить наиболее рискованные области контроля, а затем на этой основе спланировать аудиторские процедуры проверки, по существу.

### **Список литературы**

1. Нигматулина, Г.Р. Методика аудита учета готовой продукции [Электронный ресурс] / Г.Р. Нигматулина / Вестник Башкирского государственного аграрного университета, 2013. - №3(27). – С. 138-142. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=20353435> (дата обращения 19.01.2020).

2. Федоренко, И. В. Аудит: Учебник [Текст] / И. В. Федоренко, Г. И. Золотарева. – М.: Инфра-М, 2019. – 272 с.

3. Хахонова, Н. Н. Аудит [Текст]: учебник / Н. Н. Хахонова, И. Н. Богатая. – М.: КНОРУС, 2011. – 720 с.

---

**УДК 330**

## **СИСТЕМА УЧЕТА ИЗДЕРЖЕК ПО ВИДАМ ЗАТРАТ**

**Егорова Оксана Викторовна**

магистрант

ФКОУ ВО Академия ФСИН России, город Рязань

***Аннотация:** в статье изучены экономические понятия: издержки, затраты, расходы, а также рассмотрена их взаимосвязь.*

*The article examines the economic concepts: costs, costs, expenses, as well as their relationship*

***Ключевые слова:** издержки, затраты, классификация затрат, себестоимость, экономические элементы.*

***Keywords:** costs, costs, cost classification, cost price, economic elements.*

Издержки – это денежное выражение общей суммы ресурсов, используемых с какой-то целью.

Затраты – это принятая к учету стоимостная оценка использованных ресурсов различного вида – материальных, финансовых, трудовых и прочих, – стоимость которых может быть измерена с достаточной степенью надежности.

Расходы – это уменьшение экономических выгод в течение отчетного периода, происходящее в форме оттока или истощения активов или увеличения обязательств, ведущее к уменьшению капитала, не связанного с его

распределением между участниками акционерного капитала [3].

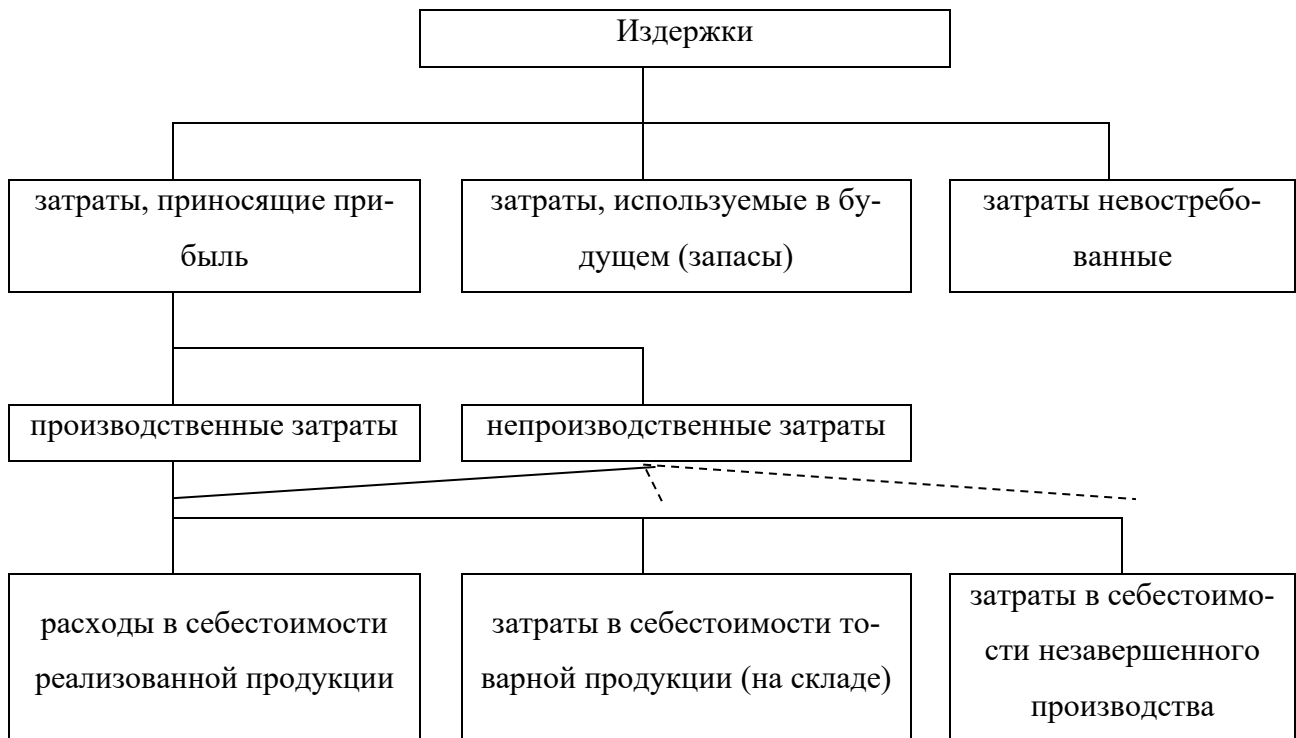


Рисунок 1. Схема взаимосвязи понятий издержки – затраты – расходы

### *Классификация затрат и ее использование в управленческом учете*

Классификацию затрат целесообразно проводить по трем направлениям:

1. для целей калькулирования (исчисления себестоимости продукции): - затраты по экономическим элементам и статьям калькуляции; - затраты основные и накладные; - затраты прямые и косвенные; - затраты простые (элементные) и сложные (комплексные);

2. для целей формирования информации для принятия оперативных, тактических и стратегических управленческих решений: - затраты переменные, постоянные, смешанные; - затраты средние (удельные) и общие (валовые); - затраты альтернативные (вмененные);

3. для целей контроля и планирования: - затраты регулируемые и нерегулируемые; - затраты контролируемые и неконтролируемые; - затраты эффективные и неэффективные.

### *Затраты для целей калькулирования (для исчисления себестоимости)*

Для целей управления затратами применяется их группировка по экономическому содержанию: на экономические элементы и калькуляционные статьи.

Экономический элемент – это первичный однородный вид затрат на производство и продажу продукции (работ, услуг), который на уровне организации невозможно подразделить на составные части. Такая группировка устанавливает вид затрат по организации в целом независимо от места их возникновения и направления использования. Экономические элементы включают: - материальные затраты; - затраты на оплату труда; - отчисления на социальные нужды; - амортизация основных фондов.

Статья затрат (калькуляционная статья) – это определенный вид затрат, образующих себестоимость отдельных видов и всей продукции (работ, услуг) организации в целом. Такая группировка позволяет получать информацию о затратах по их целевому назначению, местам возникновения и видам продукции, используется для контроля за эффективностью расходования материальных, трудовых и финансовых ресурсов [2].

### *Затраты для оперативных, тактических и стратегических управленческих решений*

По отношению к объему производства затраты подразделяются на переменные, постоянные и смешанные. Переменные затраты изменяются прямо пропорционально изменению объема производства. Постоянные расходы не зависят от колебаний объема производства. Затраты, которые имеют одновременно переменные и постоянные компоненты, называют полупеременными, полупостоянными или смешанными затратами.

Сумма постоянных и переменных расходов составляет валовые или общие затраты  $Z_{\text{ВАЛ}} = Z_{\text{ПОСТ}} + Z_{\text{ПЕРЕМ}}$ .

Средние затраты представляют собой затраты, приходящиеся на единицу изготавливаемой продукции.



$$z_{Ср.Вал.} = \frac{z_{ВАЛ}}{Q}, \quad z_{Ср.Пост.} = \frac{z_{ПОСТ}}{Q}, \quad z_{Ср.Перем.} = \frac{z_{ПЕРЕМ}}{Q}.$$

где Q - объем произведенной продукции.

Под предельными (маржинальными) затратами понимается сумма увеличения расходов, связанная с выпуском дополнительной единицы продукции по сравнению с данным объемом выпуска. Предельные затраты рассчитываются на каждую последующую единицу изделий посредством вычитания из суммы валовых издержек их предшествующего значения. Предельные затраты рассчитываются с целью определения максимального выпуска продукции, на которые мо-

жет пойти фирма.

$$z_{ПРЕД} = \frac{\Delta z_{ВАЛ}}{\Delta Q} = \frac{z_{ВАЛ2} - z_{ВАЛ1}}{Q_2 - Q_1}.$$

По сущности информации для управленческих решений затраты бывают релевантные и нерелевантные.

Релевантные затраты – затраты, которые следует принимать во внимание для принятия конкретного управленческого решения. Нерелевантные затраты либо загромаждают информацию руководителю, либо искажают ее.

*Затраты для целей контроля и планирования.*

Система контроля обеспечивает полноту и правильность действий в будущем и направлена на снижение затрат и рост эффективности производства.

Процесс управления затратами на предприятии включает в себя процесс регулирования их уровня. Регулируемые затраты рассматривают в аспектах: полностью регулируемые, частично регулируемые (произвольные), слабо регулируемые (заданные) и нерегулируемые [1].

Полностью регулируемые затраты возникают в процессе производства и в сфере сбытовой деятельности. Это обычно прямые затраты, сопровождающие продукт от первой производственной операции (вход) до момента реализации (выход), то есть в течение всего внутреннего цикла.

Частично регулируемые затраты либо возникают, либо отсутствуют в ходе выполнения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, в ходе

маркетинга продукции и выполнения услуг по обслуживанию клиента.

Слабо регулируемые, или заданные (установленные) затраты возникают во всех сферах внутренней деятельности предприятия, так как функциями управления установлена обязательность исполнения планирования, диспетчирования, нормирования и т. д. Они связаны с использованием основных средств, капитальными вложениями и с другими долгосрочными активами.

### **Список литературы**

1. Адамов, В. Е. Экономика и статистика: Учебник / В. Е. Адамов, С. Д. Ильенкова, Т. П. Сиротина, С. А. Смирнов; под ред. С. Д. Ильенковой. М.: Финансы и статистика, 2019. – 287 с.

2. Сигидов, Ю. И. Бухгалтерский учет и аудит: Учебное пособие / Ю. И. Сигидов, М. Ф. Сафонова, Г. Н. Ясменко и др. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. — 407 с.

3. Шеремет, А. Д. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. М.: ИНФРА-М, 2018. 615 с.

УДК 336

## РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Катаева Кристина Валерьевна**

студентка

научный руководитель Бортникова Ирина Михайловна к.э.н., доцент  
ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,  
п. Персиановский

***Аннотация:** в статье проводится обзор развития аграрного сектора в Российской Федерации и выявлены основные изменения за последние годы. Также определяется роль сельскохозяйственной отрасли в экономике России. Проанализировано современное состояние сферы агропромышленного комплекса.*

***Abstract:** the article reviews the development of the agricultural sector in the Russian Federation and identifies the main changes in recent years. The role of the agricultural sector in the Russian economy is also determined. The current state of the agricultural sector is analyzed.*

***Ключевые слова:** сельское хозяйство, агропромышленный комплекс (АПК), государственная программа развития сельского хозяйства.*

***Key words:** agriculture, agro-industrial complex (agribusiness), state program for agricultural development.*

Аграрный сектор на современном этапе находится в процессе восстановления, главным образом, благодаря существенной поддержке государства (рыночный протекционизм и субсидии, вливаемые в сельское хозяйство). Сельское хозяйство важная составная часть российской экономики. В настоящее время

Россия пытается не только добиться значительного уровня самообеспечения важнейшими сельскохозяйственными продуктами, но также стать ведущим игроком в торговле сельхозпродукцией и продуктами питания на международном уровне.

В РФ сельскохозяйственная отрасль является государственным приоритетом. Она удовлетворяет потребности населения в продовольствии, а промышленность в сырье. Аграрный сектор служит также существенным фактором развития регионов. Практически вся территория нашей страны имеет долю агропроизводства в валовом региональном продукте более 15 %. В среднем по России эта доля находится в пределах 7 %.

Современное сельское хозяйство России весьма дифференцировано, и не только ввиду разной специализации. Крупные агрохолдинги, сосредоточивающие тысячи рабочих мест и управляемые высококвалифицированными менеджерами, работают наряду с мелкими семейными хозяйствами. Высока доля сельскохозяйственных организаций, лишь половина которых эффективна. Мелкие частные фермы различаются от высокотоварных до практически натуральных, помогающих людям выживать в удаленных уголках.

АПК России находится в периоде активного развития. В условиях влияния продовольственного эмбарго, девальвации рубля и существенной поддержке государства сложились благоприятные условия для развития производства в сфере сельского хозяйства и пищевой промышленности.

Отечественные производители продолжают увеличивать собственное производство, как в своих привычных отраслях, так и в новых, занимая ниши, прежде занятые импортом. Наряду с этим, слабый курс рубля делает конкурентоспособными российскую продукцию на внешних рынках, что обнаруживает для предприятий РФ новые перспективы. Помимо традиционно продаваемых на экспорт товаров (зерно и подсолнечное масло), отечественные сельхозтоваропроизводители стали экспортировать сахар и мясо птицы. В 2017 году Россия увеличила свою долю в экспорте зерновых на мировом рынке, опередив США и

выйдя на первое место в мире по объемным показателям, удерживая его по сей день.

Цели, задачи и основные направления развития сельского хозяйства и регулирования агропродовольственного рынка в РФ определяет Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 14 июля 2012 г. № 717 (в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 8 февраля 2019 г. N 9) (далее - Государственная программа).

Она предусматривает комплексное развитие всех отраслей и подотраслей, а также сфер деятельности агропромышленного комплекса с учетом членства России во Всемирной торговой организации (ВТО), ее участия в Евразийском экономическом союзе и других региональных объединениях на экономическом пространстве СНГ.

Реализация мероприятий по устойчивому развитию сельского хозяйства:

- Поддержка реализации мероприятий по комплексному обустройству населенных пунктов, расположенных в сельской местности, объектами социальной, инженерной инфраструктуры и автомобильными дорогами;
- Поддержка реализации мероприятий по улучшению жилищных условий граждан, проживающих в сельской местности;
- Поддержка реализации мероприятий по грантовой поддержке местных инициатив граждан, проживающих в сельской местности;
- Поощрение и популяризация достижений в сфере развития сельских территорий;
- Совершенствование государственных информационных ресурсов в сферах обеспечения продовольственной безопасности и управления агропромышленным комплексом;
- Обеспечение государственного мониторинга земель сельскохозяйственного назначения;

- Обеспечение функций в области ветеринарного и фитосанитарного надзора;
- Совершенствование системы налогообложения в сельском хозяйстве;
- Совершенствование механизма финансового оздоровления сельскохозяйственных товаропроизводителей.
- Регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия;
- Обеспечение проведения противоэпизоотических мероприятий;
- Обеспечение сохранения коллекции генетических ресурсов растений и др.

Таким образом, развитие аграрного сектора обусловлено как внешними факторами, так и усилиями правительства, направленными на повышение уровня самообеспечения сельскохозяйственной продукцией и уменьшение зависимости России от импорта.

### Список литературы

1. Федеральный закон от 25.07.2011 № 260-ФЗ (ред. от 01.05.2019) "О государственной поддержке в сфере сельскохозяйственного страхования и о внесении изменений в Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства».
2. Водяников, В. Т. Экономика сельского хозяйства / В. Т. Водяников, Е. Г. Лысенко, А. И. Лысюк и др. – Москва: КолосС, 2018 г. - 390 с.
3. Петриков А. А. О ситуации в системе высшего профессионального образования в АПК Российской Федерации / Аграрный эксперт. 2017. № 4. С. 2-18.
4. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Р. Ф. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.mcx.ru>.
5. Официальный сайт Министерства экономического развития Р. Ф. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru>.

УДК 336.71

**ВЛИЯНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ КЛИЕНТОВ НА РАЗВИТИЕ  
СОВРЕМЕННЫХ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ  
ДЛЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ**

**Трапезникова Анастасия Андреевна**

магистрант

Социально-экономический институт

(филиала) РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Саратов

***Аннотация:** в статье проанализированы факторы, влияющие на выбор обслуживающего банка и его продуктов в поведении индивидуальных клиентов. Определены основные тезисы развития банковских услуг для розничного сегмента, среди которых наибольшее значение приобрела ориентация на нужды клиента. Сделаны выводы о том, что применение модели и индивидуального подхода наиболее эффективна в борьбе за конкурентное преимущество среди банков.*

***Ключевые слова:** банк, физические лица, банковский продукт, целевая аудитория, клиент, услуга, выгода.*

В настоящее время банковский сектор играет все большую роль в нашей жизни. Со временем количество банков сначала увеличивалось, затем резко сократилось, что привело к ужесточению конкуренции за целевых клиентов среди кредитных организаций: как физических, так и юридических лиц. Основным конкурентным преимуществом до сих пор являются банковские услуги и продукты, которые максимально отвечают требованиям аудитории, на которую ориентируется каждый конкретный банк.

Сейчас существует множество различных услуг и продуктов для



физических лиц, например, зарплатное обслуживание, различные виды переводов, кредитные и депозитные продукты, страхование. Но каждый из этих продуктов с течением времени изменяется, подстраиваясь под изменяющиеся условия рынка, потребности и предпочтения клиента.

Вне зависимости от того, решил ли клиент открыть один счет или несколько, пересмотр банковских продуктов может помочь привлечь новую аудиторию клиентов и увеличить количество физических лиц, обслуживаемых в банке, намного быстрее. Люди, которые приносят определенную часть своего дохода в банк, формируют его прибыль. Однако банку стоит понимать, что вовсе необязательно включать выгоды для клиентов в каждый продукт. То есть, для банка экономическая выгодность кредита понятна - они имеют проценты с возврата, за счет срочности, возвратности, обеспеченности, платности [2].

А что же тогда получают клиенты от кредита, если мы говорим о выгоде? Под выгодой для клиента в данном случае мы понимаем дополнительный доход (прибыль) или получение определенных преимуществ, которые могут быть воплощены в дополнительную прибыль. Здесь выгода для клиента может быть обозначена, к примеру, рядом льготных продуктов, таких, как бесплатное обслуживание карт или страховка для выезжающих за рубеж. Однако часто клиенты, испытывающие необходимость в дополнительных средствах, не ищут дополнительных выгод в кредитном продукте.

Например, кредитные продукты в данный момент пользуются наибольшим спросом в связи с сокращением доходов населения. Значит, в данном случае кредит будет приносить пользу даже с большим процентом в виде:

1. возможности купить практически любой товар в момент крайней необходимости (будь то бытовая техника, автомобиль, лекарственные средства и т. д.);
2. возможности получить деньги в любое время;
3. возможность оплачивать товар несущественными платежами на протяжении длительного времени.

Несколько иначе дело обстоит с инвестиционными продуктами. Очень часто интерес к ним проявляются те, кто старается сохранить и преумножить имеющиеся свободные средства. Поэтому, банки, сохраняя инвестиционную продуктовую линейку простой и функциональной, создают себе возможности для дополнительных выгод: создают пакеты продуктов, различные аукционные программы, программы лояльности и бонусы. Развитие продуктов в таком ключе также означает, что данные бонусы, пакеты, программы лояльности и скидки можно приостановить в любой момент, что дает финансовому рынку гибкость в применении различного рода рычагов в определенный момент времени для достижения своих целей [1].

Существует 3 примера тому, как использовать характеристики данной ситуации более гибко:

1. В случае необходимости большего объема привлечения средств, можно предложить клиенту доход с остатка денежных средств на счете. Примером может выступать накопительный счет с Мульти картой ВТБ: повышенная доходность по накопительному счету складывается из базовой процентной ставки и вознаграждения в размере до +1,5% годовых, начисляемого при совершении покупок на сумму от 5 000 рублей по Мульти карте ВТБ с опцией «Сбережения». Определенно стоит заметить, что данная ситуация дает выгоду как для банка (постоянно поддерживается определенная сумма денег на счете), так и для клиента (начисление награждения за покупки и поддержание минимального остатка на карте) [4].

2. Необходимо больше залогов недвижимого имущества по кредитам? Можно предложить дисконт (уменьшение) процентной ставки, и как следствие снижение расходов клиента, в случае оплаты ежемесячного платежа по ипотеке в электронном виде или через авто платёж. Что же мы видим по итогу: для банка – увеличение количества ипотечных кредитов и как следствие повышение количества залогов недвижимого имущества, и количества пользователей банковской картой данного банка, для клиента – получение ипотечного кредита с

более низкой процентной ставкой.

3. Необходимо привлечь больше клиентов? Для этого необходимо знать свой целевой сегмент и создавать краткосрочные продвижения продуктов и услуг, которые направлены непосредственно на целевую аудиторию, предоставляя им возможность открыть расчетный продукт (банковский счет) и принять интересные предложения, которые сопутствуют основному продукту.

Существует и другая ситуация, когда вместо того, чтобы предлагать продукты с большим количеством опций или множество продуктов, из которых очень сложно выбрать оптимальный, банки часто предлагают один. Преимущество здесь состоит в том, что один этот продукт включает, например, 3 привилегии или «опции», а продукт с 3 «опциями» для клиента предпочтительнее, так как он может менять их в любое время или переходить между ними. Данные опции предполагают пакет услуг и варианты оплаты, дополнительные сервисы.

Посредством упрощения основной части продукта или банковской услуги возможно персонализировать и другие их аспекты или создать пакеты, отвечающие требованиям конкретных групп клиентов. Продукты и услуги, являющиеся основой продаж, изменять нет необходимости, так как они задают тон всем остальным продуктам и являются их первоосновой, на которую нужно ориентироваться [3].

Существует 4 ключа к предложению ценного для банка продукта. Продуктовая линейка должна:

1. Иметь ясность, быть легко понимаемой с точки зрения погашения и закрытия.

2. Быть обращенной не только на целевого клиента, но также быть привлекательной и для других.

3. Отличаться от конкурирующих продуктовых линеек.

4. Продукт должен создаваться и совершенствоваться с точки зрения потребностей клиента.

Давайте рассмотрим каждую из них:

1. Упростить характеристики продукта, используя многоуровневый подход. Несмотря на тот факт, что финансовые продукты менее значимы для людей, чем, например, покупки, потребители в настоящее время ожидают простого опыта, как в процессе покупки машины, так и в процессе приобретения какого-либо финансового продукта, например, открытия счета. В сегодняшнем мире большинство банков и кредитных учреждений продолжают предлагать сложные, комплексные продукты с определенным набором опций и сложным расчетом процентных ставок и комиссий. Они должны быть упрощены.

Например, если вы предложили более четырех кредитных продуктов физическому лицу, возможно, стоит начать уравнивать структуру депозитной продуктовой линейкой. Тем самым дать понять клиенту, что самый простой способ аккумулировать денежные средства посредством безналичного оборота, а также сохранить в безопасности денежные средства клиента, которые были привлечены на депозит.

2. Иметь наиболее привлекательное предложение не только для целевого сегмента. Финансовым институтам необходимо обслуживать большое количество клиентских сегментов, однако им необязательно приспосабливать свои продукты к каждому из них. Они являются успешными и прибыльными институтами, которые сфокусированы на широком спектре сегментов от молодежи и студентов, до пожилых людей, а также различных отраслей, от стоматологов до фермеров.

Такого рода «полная концентрация» позволяет институтам создавать дифференцированные подходы, чтобы соответствовать уникальным нуждам целевых сегментов. Самые успешные институты имеют ценные предложения, продукты, каналы доставки, продажи и проверенные услуги, чтобы быстро адаптироваться и быть победителем в конкурентной борьбе за целевые сегменты [2].

Развитие продуктов стало намного проще, когда были созданы продукты и пакеты услуг, программы дистанционного обслуживания для специфических групп людей со схожими потребностями. Поиск и коммуникация по поводу

ценности предложения также стала намного доступнее и более сфокусированной, когда банки стали ориентироваться на целевую аудиторию.

Использование ценных предложений, которые важны для целевого сегмента и которые капитализируются в отсутствие сильной конкуренции, можно обеспечить рост прибыли для банка. Маркетинговые исследования могут вскрыть «белые пятна», то есть «конкурентные ниши», где конкретный институт может сфокусироваться, чтобы иметь конкурентное преимущество в плане завоевания новых сегментов.

3. Цена на продукты устанавливается, исходя из конкурентной среды, а не из желания топ-менеджмента. Многие команды в финансовых институтах, сидя в конференс-комнатах, оценивают новые продукты, основываясь на понесенных затратах на их запуск с небольшим вниманием на цену конкурентной среды или влияние клиентов. Очевидно, банковские затраты важнее для определения уровня прибыльности продуктовой линейки, но «прайсинг» не должен быть «вакуумным».

Лучшая схема «прайсинга» включает в себя конкурентный анализ и понимание потребностей целевого сегмента, в котором работает финансовый институт, желаний и точек цены. Кроме того, любой человек, желая открыть счет, ищет, сравнивая, и выделяет определенный банк с его продуктовой линейкой и отдает ему предпочтение.

В итоге финансовый отдел часто хочет, чтобы каждый клиент был прибыльным. Но «прайсинг» работает несколько иначе. Предположим, мы хотим создать такой продукт, чтобы большинство его пользователей приносили выгоду. Однако создание количества элементов и других условий, позволяющих привлечь каждого клиента и сделать его прибыльным, делает цены запутанными и трудными для понимания сотрудниками и клиентами, что значительно снизит успех нового банковского продукта на рынке.

4. Модернизация продукта должна происходить с точки зрения потребностей клиента, а не с точки зрения банка. Команды по «редизайну» имеют

тенденцию к созданию банковских продуктов, которые были бы привлекательны для них как для банка или другого кредитного юнита, а не для клиентов. В результате чего продуктовые линейки часто совершенно бесполезны и неактуальны для клиентов, так как не соответствуют их реальным нуждам или проблемам «ритейла».

Примером такого «нестандартного мышления» может послужить длинный список условий и опций, которые клиент хочет получить, в связи с чем, продукт должен по качеству соответствовать клиентским ожиданиям. Предлагая продукт, банку необходимо детально анализировать траты клиента и нужды, чтобы соответствовать его потребностям.

У клиентов чаще всего нет времени для того, чтобы отслеживать свои траты по дебетовым картам и большинство финансовых институтов не предоставляет такие инструменты для того, чтобы они могли это делать. Многие люди в конечном итоге не достигают своих целей, например, своевременных платежей и получают штрафы. Ничто не может заставить клиентов быть менее лояльными и более настроенными на конфликты, чем непредвиденные расходы, связанные с обслуживанием банковских продуктов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что банковский сектор не может позволить себе быть сосредоточенным только на себе. На сегодняшний день важное значение имеет ориентация на клиента, потому что использование конкурентных преимуществ позволяет привлекать все новые целевые аудитории, тем самым увеличивая доходы кредитных организаций.

### **Список литературы**

1. Горелая, Н. В. Организация кредитования в коммерческом банке: учеб. пособие. – М.: Форум: ИНФРА-М, 2012. – 207 с.
2. Ильина Л. В., Плотникова М. В. Управление качеством кредитных услуг: содержание и направление совершенствования / Вестник СГСЭУ. 2017. №2(66). С. 47-49.
3. Тавасиев, А. М. Банковское дело: управление кредитной организацией:

учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2011. – 639 с.

4. Накопительный счет с мульти картой ВТБ /Электрон. дан. Режим доступа URL: <https://www.vtb.ru/personal/vklady-i-scheta/nakopitelny-schet/> (Дата обращения: 20.03.2020).

---

УДК 657.9

## СПЕЦИФИКА УЧЕТА ОПЕРАЦИЙ ПО ЭКСПОРТУ ТОВАРОВ, РАБОТ И УСЛУГ

**Шевченко Елена Павловна**

студентка

научный руководитель Бортникова Ирина Михайловна к.э.н., доцент  
ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,  
п. Персиановский

***Аннотация:** в статье рассмотрены основные виды внешнеэкономической деятельности, порядок регулирования валютных операций. Также внимание уделяется особенностям уплаты таможенных платежей при осуществлении внешнеэкономической деятельности.*

***Ключевые слова:** валюта, банк, документ, таможня, доходы, налог.*

***Abstract:** the article deals with the main types of foreign economic activity, the procedure for regulating currency transactions. Attention is also paid to the specifics of customs payments in foreign economic activity.*

***Keywords:** currency, value, Bank, document, customs, income, tax.*

Валютными операциями являются приобретение резидентом у резидента или нерезидента, приобретение нерезидентом у резидента, отчуждение резидентом в пользу резидента или нерезидента, отчуждение нерезидентом в пользу



резидента валютных ценностей на законных основаниях, а также использование валютных ценностей в качестве средства платежа (ст. 1 ФЗ от 10.12.2003 г. № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле») [1].

Российские организации могут проводить валютные операции, разрешенные действующим валютным законодательством, в том числе приобретать и продавать иностранную валюту, получать валютную выручку от продажи товаров (работ, услуг), приобретать товары (работы услуги) с расчетами в валюте при условии, если поставщик нерезидент, получать займы (кредиты) в иностранной валюте.

Для осуществления валютных операций организациям необходимо выполнять ряд требований:

- проводить операции через банковские счета уполномоченных банков, либо через счета в банках, расположенных за пределами РФ;
- предоставлять в уполномоченный банк документы, связанные с проведением валютной операции;
- при расчетах с нерезидентами проводить репатриации валютной выручки [3].

С 2018 года согласно инструкции ЦБ от 16.08.2017 г. № 181-И отменены паспорта сделок и справки о валютных операциях. Поэтому сегодня для проведения валютных операций в банк необходимо предоставлять документы, которые служат основанием для проведения валютной операции, например, договор и/или документы, подтверждающие факт передачи товаров (работ, услуг). Если договор/контракт поставлен на учет в банке, а он ставится на учет в случаях, если сумма обязательств по нему больше или равна 3 млн. руб. для импортных контрактов и 6 млн. руб. для экспортных контрактов, то необходимо предоставлять в валютный отдел банка справку о подтверждающих документах [4].

Экспорт товара облагается НДС по ставке 0%, что должно быть отражено в учете экспортных операций организации. Чтобы подтвердить право применения «нулевой» ставки НДС необходимо в ИФНС предоставить копии договора

поставки и таможенной декларации. Срок подтверждения ставки 0% составляет 180 дней со дня разрешенного выпуска товаров, указанного в таможенной декларации. Если срок истек, а документы в срок не предоставлены, то необходимо начислить НДС и сдать уточненную декларацию по НДС за квартал, в котором произошла отгрузка.

Импортные операции по ввозу товаров на территорию РФ признаются объектом обложения НДС. В данном случае налоговая база по НДС определяется как сумма таможенной стоимости товаров и подлежащей уплате таможенной пошлины.

Уплатить НДС необходимо в срок с момента регистрации таможенной декларации и до момента выпуска товаров таможенным органом.

Сумма НДС, уплаченная при ввозе товаров на территорию РФ после принятия их к учету, принимается к вычету, но при условии наличия первичных документов и документов, подтверждающих фактическую уплату НДС [2].

Таблица 1- Учет экспортных и импортных операций

<u>Экспорт</u>	<u>Импорт</u>
Выручка от продажи товаров признается на дату перехода права собственности от организации к покупателю и отражается проводкой Дт 62 Кт 90.1	Приобретение товаров принимается к учету по фактической себестоимости. Дт 41 Кт 60
стоимость проданных товаров учитывается в себестоимости продаж Дт 90.2 Кт 41	уплата НДС отражается Дт 76 Кт 51
таможенный сбор учитывается в составе прочих расходов Дт 91.2 Кт 60 (76)	на основании таможенной декларации отражен НДС, уплаченный при ввозе Дт 19 Кт 76
	произведены расчеты с поставщиком Дт 60 Кт 52
	Курсовые разницы, возникающие на дату осуществления расчетов отражаются в составе прочих доходов или расходов в корреспонденции со счетом 52

При импорте, экспорте работ (услуг) необходимо понимать, что является

местом оказания услуг согласно статье 148 НК РФ.

Если местом оказания услуги считается Российская Федерация, то организация является налоговым агентом по НДС, обязанностью которой является необходимость уплаты НДС за «своего» контрагента — нерезидента в ИФНС, где стоит на учете сама организация. К таким услугам, например, относится оказание консультационных, юридических, бухгалтерских, аудиторских, инженеринговых, рекламных, маркетинговых услуг.

При перечислении поставщику услуг денежных средств необходимо руководствоваться положениями п. 1 и п. п 4 п. 2 ст. 310 НК РФ, а именно: налог с доходов, полученных иностранной организацией от источников в Российской Федерации, исчисляется и удерживается российской организацией, выплачивающей доход иностранной организации, при каждой выплате доходов, указанных в п. 1 ст. 309 НК РФ НК [2].

Форму налогового расчета (информации) о суммах выплаченных иностранным организациям доходов и удержанных согласно положений ст. 285, п. 3, 4 ст. 289, п. 4 ст. 310 НК РФ необходимо представить в налоговый по итогам отчетного периода — не позднее 28-го числа месяца, следующего за отчетным периодом;- по итогам года — не позднее 28 марта следующего года.

### **Список литературы**

1. Федеральный закон от 10.12.2003 N 173-ФЗ (ред. от 27.12.2019) «О валютном регулировании и валютном контроле»
2. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 27.12.2019, с изм. от 28.01.2020)
3. «Таможенный кодекс Евразийского экономического союза» (приложение N 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза)
4. Инструкция Банка России от 16.08.2017 N 181-И (ред. от 05.07.2018) «О порядке представления резидентами и нерезидентами уполномоченным банкам подтверждающих документов и информации при осуществлении валютных

операций, о единых формах учета и отчетности по валютным операциям, порядке и сроках их представления»

## ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

---

УДК 316.77

### ТВИПЛОМАТИЯ В ГЛОБАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ЦИФРОВЫХ МЕДИА

**Александр Николаевич Долгенко**

доктор филологических наук, доцент

**Сергей Федорович Мурашко**

кандидат психологических наук, доцент

**Светлана Владимировна Рудакова**

кандидат психологических наук

ФГКОУ ВО «Московская академия Следственного комитета Российской Федерации», город Москва

***Аннотация:** в статье анализируется феномен «твиبلوماسية» – синтез инструментов традиционной и цифровой дипломатии на основе социальных сетей. Особое внимание уделено платформе Твиттер, которая зарекомендовала себя как инструмент «мягкой силы», обеспечивающий прямой канал коммуникации и диалог между государством и общественностью.*

***Annotation:** the article is devoted to the phenomenon of «twiplomacy» – the synthesis of traditional and digital diplomacy tools based on social networks. Special attention is paid to the Twitter platform, which has established itself as a «soft power» instrument providing a direct channel of communication and dialogue between state and public.*

***Ключевые слова:** глобальная коммуникация, социальные медиа, цифровая дипломатия.*

***Keywords:** global communication, social media, digital diplomacy.*

В последнее десятилетие в глобальном медиапространстве существенно усилилось влияние цифровой дипломатии. Анализируя основные инструменты цифровой дипломатии – коммуникативные (Интернет) и лингвистические

(глобальный английский язык) [1], – мы сталкиваемся с расширением состава участников внешнеполитической деятельности за счет использования глобального языка и новых технических средств межкультурного взаимодействия – социальных сетей.

Коммуникация в социальных сетях не требует особых умений и навыков, специальной подготовки, однако требует учета основных особенностей интернет-коммуникации и формата передачи информационных сообщений. И здесь мы сталкиваемся с тем, как фундаментальная языковая тенденция к экономии в полной мере соответствует лапидарным форматам основных платформ социальных медиа.

Стандартный формат социальных сетей предполагает, что сообщение должно быть лаконичным и привлекать внимание. Современные пользователи не читают длинные тексты, их привлекают сообщения, по стилистике напоминающие заголовки, а для прочтения подробной информации всегда можно перейти по ссылке. Количество подписчиков, репостов, ретвитов и лайков, активность пользователей в комментариях, частота постов – все это складывается в новое явление, которое называют «Твиبلوماسية» (Twiplomacy), подразумевают не только Twitter, но и другие международные социальные сети [2].

Твиبلوماسية – это объединение инструментов традиционной и цифровой дипломатии на основе социальных сетей. Когда мировой лидер пишет в Твиттере о мировом событии или новой политической структуре, другие политики обращаются к основным средствам массовой информации, чтобы либо ответить на твит, либо защитить его, либо просто высказать свое мнение по данному вопросу. Эти ответы, в свою очередь, дополняют онлайн-обсуждение, которая впоследствии формирует общественное мнение. Твиттер и другие социальные медиа-платформы позволяют государственным чиновникам транслировать свои мнения по актуальным вопросам и событиям без необходимости использования официальных дипломатических каналов или протокольного дипломатического дискурса. Они также позволяют людям легче общаться с чиновниками.

Твиبلوماسية в данном отношении преодолевает ограничения традиционной дипломатии, которая опирается на нисходящие информационные потоки. Однако дипломатические службы многих стран используют Твиттер для непосредственного общения с населением и придания более масштабного характера внешнеполитическим событиям.

Еще одним важным свойством твиبلوماسية является то, что она придает более высокую степень прозрачности внешнеполитической деятельности. Наступает эпоха «голого дипломата» (англ. «naked diplomat») [2] — во времена социальных медиа дипломатия покинула свою «скорлупу» и стала более открытой и прозрачной в политическом формулировании и глобальном развертывании.

Социальные медиа стали незаменимым оружием в арсенале дипломатии. Современные государства построены не только на силе и богатстве, но и на способности использовать новые достижения в сфере коммуникаций для выполнения дипломатических функций. В новую эпоху Твиттер зарекомендовал себя как отличный инструмент «мягкой силы», обеспечивая прямой канал коммуникации и диалога между дипломатами и гражданами, который помогает освободиться от обременительных бюрократических практик.

В последние годы Твиттер и другие социальные медиа-платформы сыграли свою роль в усилении (или ослаблении и даже разрушении) общественного восприятия политиков. Современные лидеры используют Твиттер для выполнения целого ряда функций, уже отнюдь не только дипломатических. Такие политики, как Дональд Трамп, который не раз прибегали к Твиттеру, чтобы атаковать оппонентов и попытаться повлиять на характер дебатов по актуальным темам, представляющим международный интерес, *volens-nolens* работают на повышение авторитета платформы. Однако традиционное восприятие высшей государственной власти как сакрального института заставляют воспринимать решение высшего должностного лица выступать на платформе социальных медиа как проявление, если не популизма, то какого-то ребячества (достаточно вспомнить

несколько ироничное восприятие общественностью твитов Д.А. Медведева).

Таким образом, твипломатия наращивает активность в современной глобальной коммуникации. Твиттер, использование которого ограничивалось в основном сферой публичной дипломатии, вполне может распространиться и на другие дипломатические функции. Однако вопрос в том, эффективна ли эта форма дипломатии, когда Твиттер также стал площадкой для сведения счетов, выражения недовольства и парада фейков. В то время как государственные лидеры и дипломаты успешно используют Твиттер и другие формы социальных медиа для решения вопросов, связанных с публичной дипломатией и общением с гражданами внутри страны и за рубежом, они все еще борются с тонкостями социальных медиа и работают над тем, как использовать Твиттер в полной мере, когда речь заходит о обсуждении ключевых политических вопросов и взаимодействии с другими политиками и главами государств.

Насколько существенных достижений удастся достичь с помощью этого инструмента цифровой дипломатии, покажет будущее. Однако прогнозы выстраиваются в целом оптимистические, поскольку степень глобального воздействия социальных медиа прямо пропорциональна широте распространения и активности использования основного вербального инструмента глобальной коммуникации – английского языка. А его глобальному статусу, судя по всему, пока ничто не угрожает.

### **Список литературы**

1. Богословская, В. Р., Долгенко, А. Н., Косырева, М. С. Интернет и глобальный английский язык как инструменты цифровой дипломатии / М. С. Косырева, В. Р. Богословская, А. Н. Долгенко / Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2019. – № 8 (141). – С. 128-142.
2. Bjola, Corneliu, Holmes. Marcus. Digital Diplomacy: Theory and Practice. – Routledge, 2015. – 346 p.
3. Nirupama, Rao. Diplomacy in the Age of Social Media. The Wire, 2017. URL: <https://thewire.in/diplomacy/foreign-relations-diplomacy-social-media>.



## ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

---

УДК: 372.879.6

### ПОЛИФУНКЦИОНАЛЬНОЕ ЗНАЧЕНИЕ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ СТУДЕНТОВ СРЕДСТВАМИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

**Шагров Сергей Иванович**

старший преподаватель кафедры физического воспитания и спорта

**Агузаров Алик Георгиевич**

старший преподаватель кафедры физического воспитания и спорта

ФГБОУ ВО «СКГМИ» (ГТУ), г. Владикавказ

***Аннотация:** в данной статье рассматривается интегральное значение физического воспитания в контексте применения средств физической культуры для успешного формирования прикладных компетенций студентов. Сделан акцент на задаче комплексного подхода к эффективному совершенствованию двигательной подготовленности.*

***Ключевые слова:** физическое воспитание, студенты, физические качества, профессиональная деятельность, гармоничное развитие, двигательная активность, здоровый образ жизни.*

***Keywords:** physical education, students, physical qualities, professional activity, harmonious development, physical activity, healthy lifestyle.*

На современном этапе важным условием подготовки студентов высших учебных заведений к будущей профессиональной деятельности является формирование социально активной личности в гармонии с физическим развитием [3]. На протяжении последних десятилетий отмечена тревожная тенденция ухудшения здоровья и физической подготовленности студентов [2].

Физическое воспитание в вузе – спортивная деятельность, направленная на развитие целостной личности, гармонизацию её духовных и физических сил, активизацию готовности полноценно реализовать свои силы в здоровом и продуктивном стиле жизни, профессиональной деятельности. Цель физического воспитания студентов — это формирование физической культуры личности [1], подготовка к социально – профессиональной деятельности, сохранение и укрепление здоровья.

Основными задачами физического воспитания студентов являются: укрепление здоровья средствами физической культуры в аспекте повышения работоспособности, формирования потребности в поддержании высокого уровня физической и умственной работоспособности, повышения уровня физической подготовленности, а также создание у обучающихся системного комплекса знаний для реализации потребности в двигательной активности и физическом совершенствовании [4].

Система физического воспитания в условиях вуза способствует формированию личной физической культуры студента, выступая его интегральным качеством, как условие и предпосылка эффективной учебно-профессиональной деятельности, как обобщенный показатель профессиональной культуры будущего специалиста и как цель саморазвития и самосовершенствования. В соответствии с поставленными задачами, необходимо добиться осознанной активности студентов в укреплении своего здоровья, заинтересовать их в этом.

Физическая культура является значимым компонентом в системе высшего образования, и создаёт условия для разностороннего развития обучающихся. А также является качественной мерой воздействия на личность будущих специалистов, влияющей на её профессиональную компетенцию. Сегодня от студентов требуется более динамичная и эффективная работа над собой, а уровень здоровья резко снизился, поэтому физическая подготовленность является важнейшим компонентом здоровья физического потенциала страны. Необходимым условием гармоничного развития студентов считается достаточная двигательная

активность.

Сегодня возрастает значение физической культуры как средства оптимизации режима жизни, активного отдыха, сохранения и повышения работоспособности студентов на протяжении всего периода обучения в вузе. Вместе с тем средствами физической культуры обеспечивается общая и специальная физическая подготовка применительно к условиям будущей профессии.

Но среди проблем можно выделить слабый уровень мотивации у части студентов, они не испытывают интереса к занятиям или не желают заниматься вообще. Это может быть связано с тем, что среди них преобладает низкий уровень знаний грамотности о здоровье, и значении физической культуры. Поэтому студентам необходимо стремление к овладению системой определенных умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие способностей и физических качеств. Именно регулярные занятия физической культурой и спортом должны обеспечить достижение необходимого уровня развития физических качеств [5].

Физическое воспитание в контексте применения средств физической культуры решает задачи повышения двигательной активности студентов, улучшает их профессионально-прикладную готовность, оптимизирует учебную работоспособность. Сущность физической культуры актуализируется в аспекте укрепления физического здоровья студентов через физическое воспитание, способствует поднятию жизненного тонуса, развитию физических качеств и адаптационных способностей к различным стрессовым ситуациям, формирует знания, умения и навыки, связанных с проведением самостоятельных занятий, так как систематические и целенаправленные занятия физической культурой вызывают адаптацию организма к физическим нагрузкам.

Таким образом, в системе вузовского образования физическое воспитание занимает особое место, являясь важным фактором оздоровления, формирования здорового образа жизни, укрепления здоровья и всестороннего развития личности [1].

### Список литературы

1. Боген М. М. Обучение двигательным действиям. – М.: Физкультура и спорт, 2013. - 235 с.
2. Завьялов, А. И. Физическое воспитание студенческой молодежи / А. И. Завьялов, Д. Г. Миндиашвили. -Красноярск, 1996.
3. Матвеевко В. И., Щербакова Е. А., Дорофеева Е. Н. Особенности социализации студентов в процессе физического воспитания / Молодой ученый. — 2019. — №20. — С. 79-80.
4. Ольховская Е. Б. Профессионально-прикладная подготовка бакалавра средствами физкультурно-спортивной деятельности / Приволжский научный вестник. –2015. –№ 2. –С. 113-118.
5. Осипов, А. Ю. Двигательная активность, как основное средство формирования здоровьесберегающих компетенций / [А. Ю. Осипов и др.] / Вестник КГПУ им. В. П. Астафьева. - 2012. - № 3. (21). - С. 115 - 119.

## СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ НАУКИ

---

УДК 379

### КОНЦЕПЦИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

**Яковлева Алина Олеговна**

студент 3 курса

**Виноградов Никита Николаевич**

студент 3 курса

**Рогатнев Юрий Михайлович**

доктор экон. наук, профессор

ФГБОУ ВО «Омский государственный университет имени П. А. Столыпина»,  
город Омск

***Аннотация:** существующая экологическая ситуация и тенденции ее изменения во многом определяются промышленным производством и хозяйственной деятельностью в целом. Несмотря на отдельные успехи и достижения, общая картина здесь продолжает ухудшаться. Основная причина этого заключается в низкой эффективности используемых механизмов экологического контроля и управления на промышленном производстве.*

***Annotation:** the current environmental situation and trends in its changes are largely determined by industrial production and economic activity in General. Despite some successes and achievements, the overall picture continues to deteriorate. The main reason for this is the low efficiency of the environmental control and management mechanisms used in industrial production.*

***Ключевые слова:** экологизированный менеджмент, экологический менеджмент, окружающая среда, история экологического менеджмента.*

***Keywords:** ecologized management, environmental management, environment, history of environmental management.*

В настоящее время различают экологизированный и экологический менеджмент.

Экологизированный менеджмент – это система экологического управления предприятия путем приспособления уже имеющийся инфраструктуры к требованиям национальных и международных партактивов и правил в сфере ресурсосбережения и рационального природопользования. Не требует существенной смены технекоэкономической системы предприятия [5].

Основные принципы элологизированного менеджмента:

- Разработка экологической политики предприятия с учетом сложившихся технологи;
- Принятие экологически ориентированных решений;
- Организация экологического контроля над всеми этапами технологического процесса и мониторинг окружающей среды в районе расположения предприятия.

Основные задачи экологизированного менеджмента:

- Экономия сырьевых ресурсов;
- Минимизация отходов и загрязнение окружающей среды;
- Организация безопасного труда персонала;
- Оценка экологического риска;
- Выделение средств на создание «зеленого» имиджа предприятия;
- Информирование населения о характере производственной деятельности и о состоянии окружающей среды в зоне действия предприятия.

Экологический менеджмент – это внутренне мотивированная инициативная деятельность предприятий, направленная на достижение их собственных экологических целей в программе [4].

Основные принципы экологического менеджмента;

- Учет экологических особенностей работы предприятия.
- Своевременное решение экологических проблем.
- Ответственность за экологические последствия в результате принятия управленческих решений.

- Приоритетность решений экологических проблем.
- Принцип экологической эффективности заключается в достижении экономической эффективности от природоохранной деятельности.
- Принцип экологической справедливости – осознание руководством предприятия, моральная ответственность за отрицательное воздействие на окружающую среду и нерациональное использование природных ресурсов.

Предметом экологического менеджмента являются: СЭМ, организационная структура экологической службы предприятия, экологический маркетинг, экономика природопользования, экологическая политика [3].

Анализ взаимодействия человека с природой, позволяет выделить и периоды, различных по времени и силе воздействия людей на природу.

1. Период: Эпоха простой культуры неподвижного столетия также первобытно коллективного уклада существования. Поверг ко недостаточно заметным переменам во натуре.

2. Период: со основы землепользования вплоть до развития изготовления (со 7-8 столетия вплоть до н. э. – вплоть до 15 столетия н. э.) формирование скотоводства также земледелия орошение территорий, применение древесины, равно как главного энергетического ключа также строй использованного материала. Наступает применение естественных ресурсов. Совершается снижение количества звериных (ловля).

3. Период: со 16 согласно 19 столетия. Промежуток развития капитализма также сосредоточение производственных мощи. Интенсивное осваивание наименьших сырьевых ресурсов, формирование металлургии, добывание угля приводит ко патологии геохимического равновесия биосферы. Изготовления угля во свойстве горючего также недостаток концепции очищения (активное засорение легкого водоема).

4. Период: со 19 столетия вплоть до данного периода. Предприятие больших индустриальных производств, повышение их вредоносного влияния в охватывающую сферу; огромные темпы увеличения добычи нефти также газа;

техногенное изменение рельефа; угроза истощения никак не только лишь возобновлено также восстановление естественных ресурсов [4].

В России в настоящее время формирования и развивается СЭМ, которая базируется на международных стандартах в области охраны окружающей среды ИСО 14000 и EMAS.

В 1998 году на базе международных стандартов серии ИСО 14000 были утверждены национальные стандарты Российской Федерации по экологическому менеджменту и аудиту ГОСТ Р ИСО 14000.

В 2000 году появилось первое предприятие, сертифицированное по ГОСТ Р ИСО 14001.

В настоящее время большую долю предприятий имеющих сертификат ИСО 14000 составляют предприятия нефтебаза; целлюлоза-бумажной, металлургии химической промышленности; металлургии и машиностроения [2].

### Список литературы

1. Демина Т. А. Экология, природопользование, охрана окружающей среды / Т. А. Демина. - М.: Аспект Пресс, 1997. - 143 с.
2. Ермаков Л. Л. Экология [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Л. Л. Ермаков, О. Н. Чернышова. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 260 с.
3. Экологический менеджмент: учеб. пособие для бакалавров и магистров вузов / Коробко В. И. – М.: НОУ ВПО «Институт непрерывного образования, 2015 – 100 с.
4. Экологический менеджмент: учебное пособие / Н. А. Самойлова; Кемеровский Технологический институт пищевой промышленности. – Кемерово, 2014 – 184 с.
5. Экологический менеджмент. Учеб. пособие/ Владим. гос. ун-т, Владимир, 2003 – 291 с.



«Фундаментальные основы науки»  
**XVII Международная научно-практическая конференция**  
*Научное издание*

Издательство ООО «НИЦ ЭСП» в ЮФО  
(Подразделение НИЦ «Иннова»)  
353440, Россия, Краснодарский край, г.-к. Анапа,  
ул. Крымская, 216, оф. 32/2  
Тел.: 8-800-201-62-45; 8 (861) 333-44-82  
Подписано к использованию 21.03.2020 г.  
Объем 528 Кбайт. Электрон. текстовые данные

ISSN 978-5-95283-273-2



9 785952 832732 >