

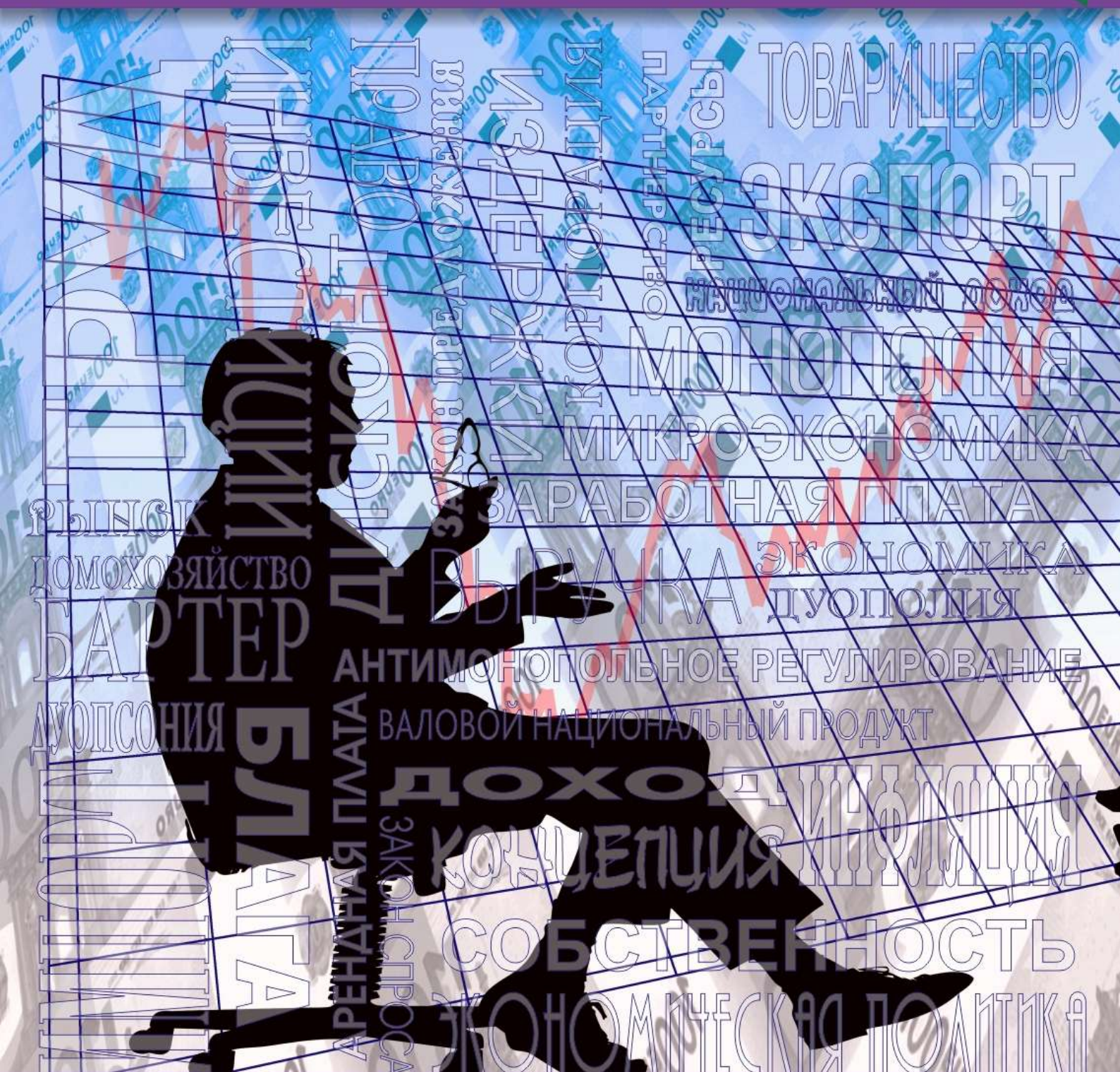
Вести

№14. 2022

НАУЧНЫХ ДОСТИЖЕНИЙ



ЭКОНОМИКА И ПРАВО



ISSN 2686-9837

Вести научных достижений.
Экономика и право
№ 14
2022

News of scientific achievements.
Economics and Law
№14
2022

Учредитель:
Общество с ограниченной
ответственностью «Офорт»

Publisher:
Limited liability company
«Ofort»

Главный редактор - Г.А.Нафикова,
кандидат юридических наук

Chief editor: G.A.Nafikova
PhD in law

Редакционный совет:
Хусаинов З.Ф., Гарипов Р.Ш.,
Хамитова Г.М., Фесина Е.Л.,
Куликова Л.И., Лыжова А.В.,
Алеткин П.А.

Editorial board:
Khusainov Z.F., Garipov R.Sh.,
Khamitova G.M., Fesina E.L.,
Kulikova L.I., Lyzhova A.V.,
Aletkin P.A.

Корректор – Мухутдинова К.С.

Proofreader – Mukhutdinova K.S.

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информаци-
онных технологий и массовых коммуникаций

Свидетельство о регистрации средства массовой информации:

Эл № ФС77-71649 от 13.11.2017

Почтовый адрес редакции:

420097, Республика Татарстан, г.Казань, ул.Академическая д.2, оф.009

e-mail: vesti.nd@yandex.ru

www.vestind.ru

тел./факс: +7 (843) 537-91-63, +7 (843) 537-91-23

За достоверность и точность данных, других материалов, приведенных
в статье, ответственность несут авторы статей и других материалов.

Точка зрения редакции не всегда совпадает с выраженным мнением авторов.

При копировании текста статей ссылка на журнал обязательна.

СЛОВО РЕДАКТОРА

Дорогие читатели!

Рады сообщить Вам о выходе очередного номера журнала «Вести научных достижений. Экономика и право». Экономика и право являются взаимосвязанными и взаимодополняющими друг друга элементами, от эффективного функционирования которых зависит успех реализации всех общественных процессов, складывающихся в обществе.

Авторы статей останавливаются на интересных, актуальных, а порой и дискуссионных вопросах, приводя собственные аргументы и точки зрения ученых.

*Главный редактор,
кандидат юридических наук, доцент*
Гульнара Айдаровна Нафикова

СОДЕРЖАНИЕ

СЛОВО РЕДАКТОРА.....	322
----------------------	-----

ЭКОНОМИКА

Нигматулина И.М., Гайзатуллин Р.Р., Лыжова А.В. РАСШИРЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ КОНСОЛИДИРОВАННОЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В КОНТЕКСТЕ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ	325
Тимошина Ю.С., Алеткин П.А. ПРОБЛЕМАТИКА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ АУДИТА В СИСТЕМЕ МОНИТОРИНГА ВЫЯВЛЕНИЯ ФАЛЬСИФИКАЦИИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ.....	332
Усманов Э.Р., Хайруллина Е.Г. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ: ФАКТОРЫ РОСТА ПОПУЛЯРНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	339
Павлов Р.В., Маджидов М.А., Хайруллина Е.Г. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФУНКЦИИ СУБЪЕКТОВ РЕКЛАМНОГО ПРОЦЕССА И МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ ЗА ПРОВЕДЕНИЕМ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ.....	343
Каримов Т.А., Хайруллина Е.Г. МЕТОДЫ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ.....	350
Каримов Т.А., Хайруллина Е.Г. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УЛУЧШЕНИЮ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	353

ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

Антонова М.А., Камалетдинова Л.Р. ОСОБЕННОСТИ КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА ПАО «СБЕРБАНК РОССИИ»	357
--	-----

CONTENTS

EDITOR'S WORD	322
---------------------	-----

ECONOMICS

Nigmatulina I.M., Gaizatullin R.R., Lyzhova A.V. DEVELOPMENT OF THE POSSIBILITIES OF CONSOLIDATED FINANCIAL REPORTING IN THE CONTEXT OF THE CONCEPT OF SUSTAINABLE.....	325
Timoshina Yu.S., Aletkin P.A. THE PROBLEMS OF INFORMATION SUPPORT OF AUDIT IN THE MONITORING SYSTEM FOR THE DETECTION OF FALSIFICATION OF FINANCIAL STATEMENTS.....	332
Usmanov E.R., Khairullina E.G. ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA: FACTORS OF POPULARITY GROWTH AND DEVELOPMENT PROSPECTS.....	339
Pavlov R.V., Majidov M.A., Khairullina E.G. ORGANIZATIONAL FUNCTIONS OF THE SUBJECTS OF THE ADVERTISING PROCESS AND METHODS OF CONTROL OVER THE CONDUCT OF THE ADVERTISING CAMPAIGN	343
Karimov T.A., Khairullina E.G. METHODS OF FINANCIAL PLANNING AND FORECASTING	350
Karimov T.A., Khairullina E.G. RECOMMENDATIONS FOR IMPROVING THE SYSTEM OF STRATEGIC FINANCIAL PLANNING AT THE ENTERPRISE.....	353

JURISPRUDENCE

Nafikova G.A. HEALTH CARE PROFESSIONAL IS THE SUBJECT OF A MALFEASANCE?	357
---	-----

УДК 336.7

Дата направления в редакцию: 04-10-2022

Дата рецензирования: 14-11-2022

Дата публикации: 20-12-2022

Нигматулина Ильмира Мажитовна

Казанский федеральный университет,

магистрант 2 года

Nigmatulina Imira Mazhitovna

Kazan Federal University,

master student of 2nd year

Гайзатуллин Радик Рауфович

Казанский федеральный университет,

профессор кафедры учета, анализа и аудита,

д.э.н., профессор

Gaizatullin Radik Raufovich

Kazan Federal University,

Professor of Department of Accounting, Analysis

and Audit, Doctor of science, Professor

Лыжова Анна Валерьевна

Казанский федеральный университет,

заведующий кафедрой учета, анализа и аудита,

к.э.н., доцент

E-mail: anna.goshunova@mail.ru

Lyzhova Anna Valeryevna

Head of Department of Accounting, Analysis and

Audit, PhD, Associate Professor

E-mail: anna.goshunova@mail.ru

РАСШИРЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ КОНСОЛИДИРОВАННОЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В КОНТЕКСТЕ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

DEVELOPMENT OF THE POSSIBILITIES OF CONSOLIDATED FINANCIAL REPORTING IN THE CONTEXT OF THE CONCEPT OF SUSTAINABLE

Аннотация (на рус). В статье раскрывается актуальность ESG-показателей, раскрываемых в отчете об устойчивом развитии, а также выделены ограничения традиционной консолидированной финансовой отчетности в контексте концепции устойчивого развития. В результате проведенного исследования определены проблемы, которые связаны с подготовкой, представлением и анализом нефинансовой отчетности. На основе этого, предложены пути интеграции данных финансовой и нефинансовой отчетности, направленные на снижение транзакционных издержек, обеспечение качества информации и удовлетворение информационных потребностей различных пользователей.

Abstract (in Eng). The article reveals the relevance of ESG indicators disclosed in the report on sustainable development and also highlights the limitations of traditional consolidated financial statements in the context of the concept of sustainable development. As a result of the study, problems that are associated with the preparation, presentation and analysis of non-financial reporting were identified. Based on this, ways of integrating financial and non-financial reporting data are proposed, which help to reduce transaction costs, ensure the quality of information and meet the information needs of various users.

Ключевые слова: экономика, консолидированная финансовая отчетность, интегрированная отчетность, устойчивое развитие, ESG-принципы.

Keywords: economy, consolidated financial statements, integrated reporting, sustainable development, ESG principles.

Введение.

В конце XX века современное общество столкнулось с глобальными вопросами, ка-

сающимися проблем воздействия человека и его деятельности на окружающую природу. Данный кризис вызван, с одной стороны, су-

ществующим способом производства и потребления природных ресурсов, а, с другой стороны, выбросами отходов и парниковых газов.

«Центральными вопросами проблемы являются: характер производства и потребления в промышленно развитой части мира, который подрывает системы, поддерживающие жизнь на Земле; взрывообразный рост населения, преимущественно развивающейся части мира, добавляющей ежедневно четверть миллиона человек; углубляющееся неравенство между богатыми и бедными, которое ввергает 75% человечества в борьбу за выживание, и, наконец, экономическая система, которая не учитывает экологические ценности и ущерб, — система, которая рассматривает неограниченный рост как прогресс» [2].

В результате анализа последствий кризиса антропогенного воздействия на окружающий мир была пересмотрена стратегия развития мировой цивилизации. На смену основной задаче по сохранению и восстановлению окружающей среды, которой были подвержены все теории по экоразвитию, зародилась новая многоуровневая задача по уравниванию отношений в цепочке «Человек — Общество — Природа». Как следствие, появилась новая «концепция устойчивого развития», в основе которой лежит рациональное потребление природных ресурсов и охрана среды обитания человечества.

Постепенно происходило объединение экономической, социальной, экологической и политических составляющих для решения глобальных проблем, которые тесно связаны между собой. Цель концепции устойчивого развития — это создания «устойчивого общества», где предполагается удовлетворение нужд настоящего поколения, учитывая потребности будущего поколения, что безусловно необходимо для выживания человечества в период кризиса индустриальной цивилизации. Такая формулировка впервые была озвучена в 1987 году в докладе ООН «Наше общее будущее».

Успешное внедрение и реализация целей и задач концепции устойчивого развития зависит от прямого участия бизнеса в этом процессе. Эту точку зрения разделяет всемирный совет предпринимателей по устойчивому раз-

витию, подчеркивая, что именно коммерческие организации являются драйверами экономического развития.

Реализация принципов устойчивого развития поможет компаниям лучше прогнозировать риски, исследовать рынок, создавать надежные связи с контрагентами, работниками и партнерами, что обеспечит компании конкурентное преимущество и инвестиционную привлекательность.

Для того, чтобы бизнес продемонстрировал свой успех, он должен предоставить своим заинтересованным сторонам нечто большее, чем показатели финансовой отчетности, которые принято использовать для оценки корпоративной эффективности.

С развитием «концепции устойчивого развития», традиционная консолидированная финансовая отчетность, входящая в состав отчетов, представляемых всем внешним пользователям, уже недостаточно полно содержит в себе информацию, которая могла бы быть полезна пользователям при оценке степени устойчивости компании в долгосрочной перспективе.

В результате, к отчетности компании, как основному информационному каналу, связывающего компании и заинтересованных лиц, стали предъявлять новые требования. Инвесторов все больше и больше интересует раскрытие нефинансовой информации, которая не отражается в консолидированной финансовой отчетности, но может быть существенна для оценки эффективности деятельности компании с точки зрения обеспечения устойчивого развития. Как следствие, появилась концепция «триединой отчетности», которая объединяет в себе отчетность по экономическим, экологическим и социальным показателям деятельности компании, а также их продукции и услуг. Цель такой отчетности состоит в том, чтобы выявить и оценить вклад компаний в устойчивое развитие социально-экономической среды, поэтому триединая отчетность называется отчетностью в области устойчивого развития.

В свою очередь, такие отчеты составляются по новым требованиям и не всегда логически и последовательно взаимосвязаны. Компании требуется приложить серьезные усилия для формирования и предоставления

необходимой информации, а инвесторам – для ее анализа, что неизбежно приводит к росту транзакционных издержек. Увеличение количества различных видов отчетов об устойчивом развитии усложняет этот процесс. На наш взгляд, устранение данной проблемы возможно за счет расширения возможностей консолидированной финансовой отчетности, которая охватывала бы все аспекты, и стандартизации процесса ее составления для осуществления контроля со стороны специализированных организаций, а также возможности сопоставления с данными других компаний.

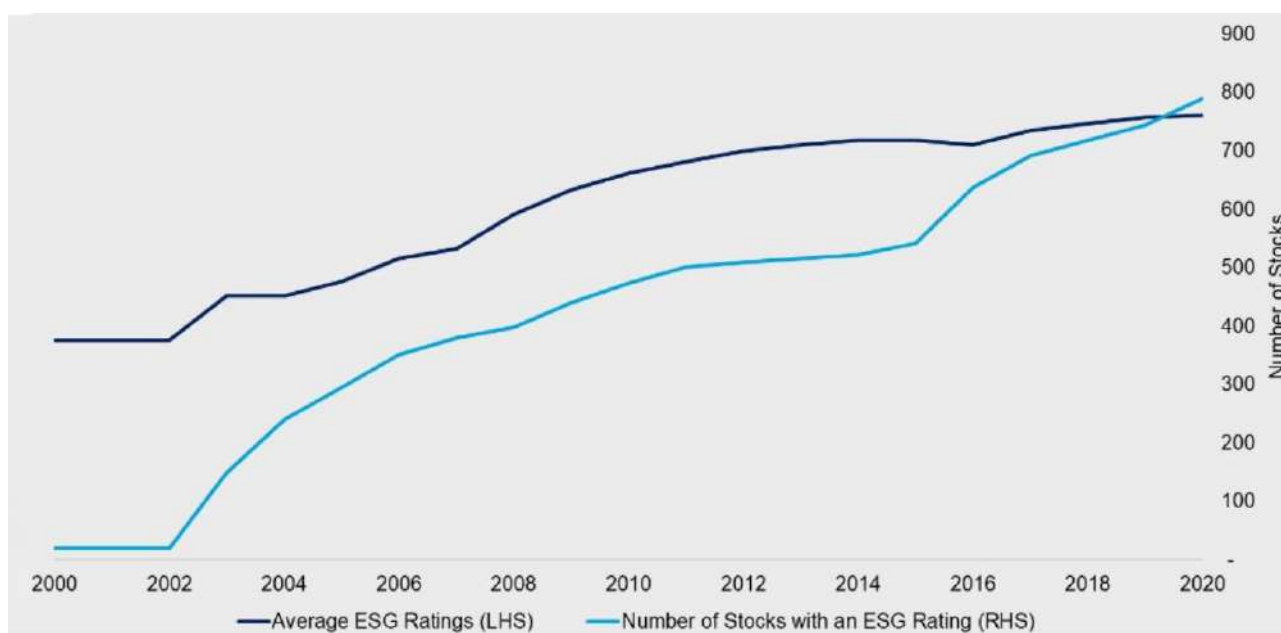
Цель работы заключается в определении недостающих компонентов консолидированной финансовой отчетности, способных удовлетворить информационные потребности в соответствии с «концепцией устойчивого развития». В результате проведенного исследования были предложены пути по интеграции актуальных ESG-показателей в консолидированную финансовую отчетность таким образом, чтобы она соответствовала тенденциям в области устойчивого развития.

Для разработки рекомендаций по формированию отчетности в области устойчивого развития в 1997 г. была образована между-

народная организация, получившая название «Глобальная инициатива по отчетности» (Global Reporting Initiative, GRI). Одна из основных задач, поставленных перед GRI, – поднять практические подходы к подготовке отчетности в области устойчивого развития на уровень, сопоставимый с уровнем подготовки финансовой отчетности, и обеспечивать в то же время все критерии качества информации – сопоставимость, достоверность, точность, своевременность и верифицируемость. Наряду с этим возникло понятие ESG, которое расшифровывается как «экология, социальная политика и корпоративное управление».

ESG-принципы впервые сформулировал бывший генеральный секретарь ООН Кофи Аннан. Он предложил управленцам крупных мировых компаний включить эти принципы в свои стратегии, в первую очередь для борьбы с изменением климата.

Вице-президент «Тинькофф» Нерри Торрардо в своем интервью утверждает, что в скором времени в компании, которые не придерживаются принципов устойчивого развития, перестанут инвестировать мировые финансовые фонды.



Источник: [4].

Рис. 1. График количества компаний с ESG-рейтингом в США с 2000-2020 гг.

Fig. 1. Number of companies with ESG-rating in USA, 2000-2020

По данным рисунка 1 видно, что в начале 2000-х годов в США было только 20 компаний, обладающих ESG-рейтингом, а уже к 2020 году их число увеличилось до 800.

В российской практике также происходит постепенное распространение ESG-принципов. Так, некоторые банки уже внедрили в кредитный процесс ESG-оценку компаний.

Например, в ноябре 2020 года ПАО «Сбербанк» предоставило кредит инвестиционной компании АФК «Система», согласно условиям кредитного договора, процентная ставка была привязана к выполнению требований об экологической политике и ответственном инвестировании [5].

После пандемии Covid-19 возросло внимание к социальной ответственности компаний. Согласно данным исследования Edelman 71% опрошенных потребителей готовы отказаться от бренда, если компания ставит получение прибыли важнее, чем забота о людях [4].

Сегодня перед компаниями и их заинтересованными сторонами стоит серьезная проблема: показатели, которые находятся за пределами финансовой отчетности, должны обеспечивать такую же уверенность в надежности информации, т.е. должны быть сформированы, представлены и заверены надле-

жащим образом, иначе такие данные всегда будут играть второстепенную роль в оценке эффективности и устойчивости организации.

Действительно, в настоящее время бизнесу не хватает надежного и согласованного на глобальном уровне набора стандартов отчетности, гарантирующих предоставление информации инвесторам и другим заинтересованным сторонам в понятной, четкой и сопоставимой форме.

В отличие от информации, раскрываемой в отчете об устойчивом развитии, данные бухгалтерской (финансовой) отчетности стандартизованы и поддаются сравнительному анализу, как в динамике за ряд лет, так и в сравнении с другими компаниями.

Таким образом, в контексте продолжающейся тенденции совершенствования раскрытия информации в бухгалтерской (финансовой) отчетности нами предлагается интеграция финансовых и нефинансовых показателей в рамках консолидированной финансовой отчетности компаний. Такой формат представления информации позволит компаниям не создавать множество различных отчетов, что усложняет процесс восприятия информации, а собирать всю важную информацию воедино.

Обращение Главного исполнительного директора, Председателя Правления ПАО «НК «Роснефть»	2	3 Сохранение окружающей среды для будущих поколений	66	5 Управление рисками возникновения чрезвычайных ситуаций	118	8 Содействие социально-экономическому развитию	170
Стратегические приоритеты для Компании Цели ООН в области устойчивого развития	4	Управление экологическим воздействием	68	Подходы к управлению рисками Компании в области предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций	121	Содействие экономическому и социальному развитию регионов	172
Защитам здоровья. Сохранен эффективность. Меры по противодействию распространению COVID-19	6	Сохранение биологического разнообразия	73	Предупреждение чрезвычайных ситуаций	122	Поддержка коренных малочисленных народов Севера	183
ESG-практики в 2021 году	8	Сохранение водных ресурсов	79	Реализование на чрезвычайные ситуации	124		
Об Отчете	10	Предотвращение и ликвидация разливов нефти	84	Подготовка работников Компании в области защиты от чрезвычайных ситуаций	125	9 Высокие стандарты деловой практики	190
		Обращение с отходами и рекультивация земель	86			Взаимодействие с клиентами	192
		Построение корпоративной экологической культуры	91			Взаимодействие с поставщиками и подрядными организациями	201
1 Устойчивое развитие	14			6 Управление персоналом	128	10 Приложения	206
Стратегическое видение Компании в области устойчивого развития	16	4 Обеспечение промышленной безопасности и охраны труда	94	Система управления	130	Заслуженное независимого практикующего специалиста о задании, обеспечивающем уверенность в области устойчивого развития	208
Устойчивое корпоративное управление и система комплаенс	22	Управление в области промышленной безопасности, охраны труда и окружающей среды	96	Обучение и развитие персонала	136	Приложение 1. Основные показатели в области устойчивого развития	210
Взаимодействие с заинтересованными сторонами	42	Охрана труда	104	Социальная политика и меры по сохранению здоровья персонала	148	Приложение 2. Соответствие Отчета международным стандартам	213
		Безопасность производственных объектов	110			Приложение 3. Используемые сокращения	254
		Безопасность на транспорте	116	7 Научно-инновационное развитие и цифровая трансформация	154	Контактная информация	257
2 Борьба за изменение климата и углеродный менеджмент	48			Управление в области инновационного развития	156		
Управление в сфере борьбы с изменением климата	50			Цифровая трансформация	158		
Перспективы развития энергетик и энергетический переход	58			Информационная безопасность	158		
Достижение климатических целей в 2021 году	59			Энергоэффективность и энергоэффективность «Зеленая» энергетика	161		
				Развитие научно-технологического потенциала	164		
				Научные исследования «Русской Арктики»	167		

Источник: [6].

Рис. 2. Содержание отчета об устойчивом развитии ПАО «Роснефть» за 2021 год
Fig. 2. Content of report on sustainable development of Rosneft, 2021

Раскрытие нефинансовой информации можно осуществить через призму расходов компании, раскрываемых в пояснениях к финансовой отчетности.

Рассмотрим, как можно связать ESG-показатели и финансовые данные в консолидированной финансовой отчетности компании на примере отчета об устойчивом развитии и консолидированной финансовой отчетности ПАО «Роснефть» за 2021 год.

Отчет об устойчивом развитии ПАО «Роснефть» имеет следующее содержание, представленное на рисунке 2.

Нефинансовые и финансовые данные, представленные в отчете об устойчивом развитии, можно соотнести с расходами компании, которые отражаются в Отчете о совокупном доходе в составе консолидированной финансовой отчетности.

Информацию о корпоративном управлении компании можно включить в пояснения к консолидированной финансовой отчетности в отношении управления капиталом и финансовыми рисками, приобретения и выбытия дочерних обществ и долей в совместной деятельности. Также можно раскрыть информацию о структуре совета директоров и комитетов, результаты их деятельности за прошедший год, список значимых принятых решений и их результат, планируемые мероприятия на следующие годы.

Раздел «Управление персоналом» в отчете об устойчивом развитии, включающий в себя данные о программах обучения и развития персонала, социальной политике и мерах по сохранению здоровья персонала, можно представить в пояснении к статье «Расходы на вознаграждения работникам» консолидированного отчета о совокупном доходе.

В консолидированной финансовой отчетности целесообразно раскрывать реальные цифровые данные, связанные с проведенными мероприятиями по поддержке персонала. Так, в отчете об устойчивом развитии ПАО «Роснефть» описаны мероприятия по улучшению условий труда, совершенствованию кадровых процессов в обеспечении трудовых прав работников, системы вознаграждения, обучения и подготовки персонала.

В рамках реализуемых мероприятий по

защите окружающей среды производились мероприятия по предотвращению и ликвидации разливов нефти, сокращению выбросов в атмосферу, исследования и мониторинг охраняемых видов животных и птиц. В свою очередь, это связано с приобретением и использование специального оборудования, и, следовательно, эту информацию можно раскрыть в пояснениях к основным средствам в консолидированной финансовой отчетности.

Соответствующим образом можно раскрывать информацию об экологической деятельности компании в отношении других аналогичных показателей.

Таким образом, мы можем видеть реальную картину работы компании в области устойчивого развития, сопоставляя описанные мероприятия и фактические расходы.

В заключение хотелось бы отметить, что отчет в области устойчивого развития вызывает значительно больший интерес во всем мире по сравнению с традиционной консолидированной финансовой отчетностью. Однако консолидированная финансовая отчетность имеет важное преимущество в отношении надежности и достоверности раскрываемых данных, легкости восприятия и анализа информации.

Данный вид отчетности составляется во всех крупнейших транснациональных компаниях и государственных корпорациях. Вместе с тем, усиление концепции устойчивого развития ставит новые задачи в обеспечении качественной информации не только финансового, но и не финансового характера.

Библиография

1. Ерофеев П.Ю. Особенности концепции устойчивого развития [Электронный ресурс] // Экономическое возрождение России. – 2007. – № 3. – С. 20-29: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-kontseptsii-ustoychivogo-razvitiya> (дата обращения: 15.09.2022). [Erofeev P.Yu. Features of development monitoring [Electronic resource] // Economic revival of Russia. - 2007. - No. 3. - P. 20-29: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-kontseptsii-ustoychivogo-razvitiya> (access 15 September 2022)]
2. Коптюг В. А. Конференция ООН по окружающей среде и развитию (Рио-де-Жанейро, июнь 1992 г.)// Информац. обзор. Новосибирск: Изд-во СО РАН, 1992. [Koptuyug V. A. UN Conference on Environment and Development (Rio de Janeiro, June 1992)// Informat. review. Novosibirsk: Publishing House of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, 1992]
3. Corporate ESG reporting: What do investors really want to know? Retrieved from <https://csrjournal.com/20910-korporativnaya-esg-otchetnost-cto-na-samom-dele-xotyat-znat-investory-2.html> (access 17 September 2022)
4. ESG principles: what they are and why companies should follow them. Retrieved from <https://trends.rbc.ru/trends/green/614b224f9a7947699655a435> (access 20 September 2022)
5. How Russian banks implement ESG principles in their work. Retrieved from <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2021/12/09/899929-lideri-predpochitayut> (access 18 September 2022)
6. Report in the area Sustainable Development Rosneft 2021. Retrieved from https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/Rosneft_CSR2021_RUS.pdf (access 24 September 2022)
7. Reporting Guide in the field of sustainable development. Retrieved from <https://rspp.ru/12/11938.pdf> (access 18 September 2022)
8. Куликова Л.И. Современные тенденции формирования интегрированной отчетности экономическими субъектами /Л.И. Куликова //Экономика в меняющемся мире: VI Всероссийский экономический форум: сборник научных трудов. - Казань, Изд-во Казанского университета, 2022. - С. 148-152.

References (transliterated)

1. Erofeev P.Yu. Osobennosti koncepcii ustojchivogo razvitiya [Elektronnyj resurs] // Ekonomicheskoe vozrozhdenie Rossii. – 2007. – № 3. – S. 20-29: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-kontseptsii-ustoychivogo-razvitiya> (data obrashcheniya: 15.09.2022). [Erofeev P.Yu. Features of development monitoring [Electronic resource] // Economic revival of Russia. - 2007. - No. 3. - P. 20-29: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-kontseptsii-ustoychivogo-razvitiya> (access 15 September 2022)]
2. Koptuyug V. A. Konferenciya OON po okruzhayushchej srede i razvitiyu (Rio-de-Zhanejro, iyun' 1992 g.)// Informac. obzor. Novosibirsk: Izd-vo SO RAN, 1992. [Koptuyug V. A. UN Conference on Environment and Development (Rio de Janeiro, June 1992)// Informat. review. Novosibirsk: Publishing House of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, 1992]
3. Corporate ESG reporting: What do investors really want to know? Retrieved from <https://csrjournal.com/20910-korporativnaya-esg-otchetnost-cto-na-samom-dele-xotyat-znat-investory-2.html> (access 17 September 2022)
4. ESG principles: what they are and why companies should follow them. Retrieved from <https://trends.rbc.ru/trends/green/614b224f9a7947699655a435> (access 20 September 2022)
5. How Russian banks implement ESG principles in their work. Retrieved from <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2021/12/09/899929-lideri-predpochitayut> (access 18 September 2022)
6. Report in the area Sustainable Development Rosneft 2021. Retrieved from https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/Rosneft_CSR2021_RUS.pdf (access 24 September 2022)
7. Reporting Guide in the field of sustainable development. Retrieved from <https://rspp.ru/12/11938.pdf> (access 18 September 2022)
8. Kulikova L.I. Sovremennye tendencii formirovaniya integrirovanoj otchetnosti ekonomicheskimi

sub»ektami /L.I. Kulikova //Ekonomika v menyayushchemsya mire: VI Vserossijskij ekonomicheskij forum: sbornik nauchnyh trudov. - Kazan', Izd-vo Kazanskogo universiteta, 2022. - S. 148-152.

© И.М. Нигматулина, Р.Р. Гайзатуллин, А.В. Лыжова,
2022



Ссылка на статью: Нигматулина И.М., Гайзатуллин Р.Р., Лыжова А.В. - Расширение возможностей консолидированной финансовой отчетности в контексте концепции устойчивого развития // Вести научных достижений. Экономика и право. – 2022. - №14. – С. 325 – 331. DOI: 10.36616/2686-9837_2022_14_325
URL: <https://vestind.ru/journals/economicsandlaw/releases/2022-14/articles?pdfView&page=6>

УДК 336

Дата направления в редакцию: 25-10-2021

Дата рецензирования: 24-11-2022

Дата публикации: 20-12-2022

Тимошина Юлия Сергеевна

*Студент Института экономики,
Казанский федеральный университет,
E-mail: yuliannatim@bk.ru*

Timoshina Yuliya Sergeevna

*Student of the Institute of Economics,
Kazan Federal University,
E-mail: yuliannatim@bk.ru*

Алеткин Павел Александрович

*Кандидат экономических наук, доцент кафедры
учета, анализа и аудита,
Казанский федеральный университет,
E-mail: pavelaletkin@mail.ru*

Aletkin Pavel Alexandrovich

*Candidate of Economics, Associate Professor of
the Department of Accounting, Analysis and Audit
Department, Kazan Federal University,
E-mail: pavelaletkin@mail.ru*

ПРОБЛЕМАТИКА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ АУДИТА В СИСТЕМЕ МОНИТОРИНГА ВЫЯВЛЕНИЯ ФАЛЬСИФИКАЦИИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

THE PROBLEMS OF INFORMATION SUPPORT OF AUDIT IN THE MONITORING SYSTEM FOR THE DETECTION OF FALSIFICATION OF FINANCIAL STATEMENTS

Аннотация (на рус). В данной статье предлагается система тестирования оценки риска сокрытия информации.

Abstract (in Eng). This article proposes a test system for assessing the risk of concealing information.

Ключевые слова: фальсификация, отчетность, мошенничество, риск, сокрытие.

Keywords: falsification, reporting, fraud, risk, concealment.

Один из самых распространенных видов корпоративного мошенничества – это фальсификация бухгалтерской (финансовой) отчетности. Последствия искажения отчетных данных наносят ущерб как собственникам, так и стейкхолдерам организации, которые используют финансовую отчетность в целях принятия управленческих решений.

Поэтому проблемы своевременного обнаружения фактов недобросовестности по отношению к финансовым данным являются актуальными. Исследования и разработки в такой сфере будут способствовать увеличению качества принимаемых на основе отчетности решений и соответственно повышению эффективности бизнеса.

Потенциальная ответственность аудитора в отношении риска мошенничества возникает на этапе планирования аудита. В соответствии с МСА 315 «Выявление и оценка рисков существенного искажения посредством изучения организации и ее окружения» аудиторы

должны определить и оценить риск того, что финансовая отчетность, которую они собираются проверить, содержит существенные искажения. Часть этой идентификации требует, чтобы аудитор получил представление обо всех следующих факторах, которые могут повлиять на риск существенных искажений [2]:

- а) отрасль клиента, в которой он работает, включая нормативные и другие внешние факторы;
- б) характер аудита клиента (т. е. его деятельность, собственность, организационная структура и т.д.);
- в) цели и стратегии клиента и связанные с ними бизнес-риски;
- г) оценка и анализ финансовых результатов деятельности организации;
- д) внутренний контроль клиента, включая то, как организация выбирает и применяет учетную политику.

Как правило, проблемы могут возникать в двух аспектах: первом и пятом. Различаются

не только стандарты бухгалтерского учета в разных отраслях, но и нормативная среда, конкурентная сфера и множество других факторов, что может привести к недостаточной проработке аудиторского риска [1].

Ввиду существующих проблем аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности в отношении существенных искажений, мы считаем, что необходимо разделять понятия

классического аудита и аудита фальсификации (мошенничества).

В случаях проведения классического аудита отчетности реагирование на обнаружение искажений должно осуществляться по схеме, представленной на рисунке 1.



Источник: составлено автором.

Рис. 1. Механизм реагирования при выявлении фактов фальсификации в процессе аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности

Анализ современной экономической литературы позволил сделать вывод, что наряду с термином «аудит мошенничества» исследователями используются такие понятия, как «криминальный аудит», «финансовые расследования», «форензик» и др., представленный в таблице 1.

Таблица 1
Современные трактовки понятия «аудит мошенничества»

Понятие	Определение
Криминальный аудит	Выявление, анализ и оценка рисков уголовного преследования в отношении предпринимателей, органов управления юридического лица и его участников (акционеров).
Финансовые расследования	Вид услуги на стыке компьютерной криминалистики и финансовой аналитики, которые позволяют раскрывать мошенничества, связанные как раз таки с экономикой и финансами.
Форензик аудит (Forensic audit)	Деятельность по предупреждению и выявлению фактов корпоративного мошенничества, коррупционных схем и иных неправомерных действий работников компании. Такого рода услуги оказывают не только профессиональные юристы, но и бывшие работники спецслужб и IT-специалисты, экономисты и финансисты, психологи и социологи.
Аудит мошенничества (Fraud audit)	Комплекс мероприятий, выполняемых внешними или внутренними аудиторами, с целью выражения мнения о законности совершаемых операций, при использовании методов аудита или применение аудиторских процедур к совокупности хозяйственных операций компании для повышения вероятности выявления мошенничества, совершаемые в рамках аудиторской проверки или в качестве сопутствующих аудиту услуг.

Источник: составлено автором.

Проблематика информационного обеспечения аудита в системе мониторинга выявления фальсификации финансовой отчетности заключается в следующем:

1. Недостаточная точность и полнота информации о финансовых операциях компании. Для эффективной работы системы мониторинга необходимо иметь доступ к полной и достоверной информации о всех финансовых операциях компании. Однако, в ряде случаев такая информация может быть недоступна или неполная, что затрудняет работу системы.

2. Неправильная настройка системы мониторинга. Для эффективной работы системы мониторинга необходимо правильно настроить все ее компоненты, а также выбрать подходящие методы анализа данных. В противном случае, система может выдавать ложные

сигналы о возможных нарушениях в финансовой отчетности компании.

3. Недостаточный уровень квалификации персонала. Для работы с системой мониторинга необходимы высокие знания и навыки в области анализа данных и аудиторской деятельности. В случае недостаточного уровня квалификации персонала, работа с системой может быть затруднена или даже невозможна.

4. Недостаточная защита информации. Система мониторинга содержит конфиденциальную информацию о финансовых операциях компании, которая может быть использована злоумышленниками для совершения мошеннических действий. Поэтому, для эффективной работы системы необходимы соответствующие меры по защите информации.

К задачам аудита мошенничества (фальси-

фикации) можно отнести:

а) выявление внешних и внутренних индикаторов (факторов) риска мошенничества;

б) оценка эффективности системы внутреннего контроля;

в) выполнение аналитических процедур, направленных на выявление (определение) наличия схем фальсификации и связанных с ними:

1) фактов манипулирования, подделки, намеренного изменения первичных учетных документов, регистров, учетных записей, на базе которых формируется бухгалтерская (финансовая) отчетность;

2) фактов искажения, преднамеренного пропуска или упущения хозяйственных операций, событий и другой существенной информации и данных в отчетности;

3) фактов преднамеренного некорректного применения принципов и допущений бухгалтерского учета по отношению к числовым данным и финансовым показателям, классификации, представления и раскрытия информации в отчетности;

4) фактов необъяснимого искажения суждений в отношении оценки фактов хозяйственной жизни и остатков по счетам бухгалтерского учета;

5) фактов использования нетипичных, сложных хозяйственных операций с целью искажения финансового положения или финансовых результатов организации.

г) сбор доказательств о возможных фактах мошенничества.

Информационная база аудита фальсификации отчетности включает нормативно-правовую информацию и внутреннюю информацию аудируемого лица.

Информация, касаемая аудируемого лица, включает:

учетную информацию (данные регистров учета, первичная документация);

отчетную информацию (бухгалтерская (финансовая отчетность));

организационно- распорядительную информацию (учетная политика, а также приказы о ее изменении; должностные инструкции руководства и сотрудников; распоряжения руководства);

договорную информацию (договора купли-продажи, договора на оказание услуг,

аренды, займа, лизинга, кредитные договоры и т.п.);

оценочную информацию (отчеты по оценке активов и бизнеса аудируемого лица, проектно-сметная документация, отчеты о рыночных ценах на активы компании, данные фондовых бирж, отчеты, содержащие информацию об уровне цен на реализуемую продукцию и приобретаемые товарно-материальные запасы, документы, содержащие информацию об уровне заработной платы сотрудников);

справочную информацию (отчеты Совета директоров, кредитная история компании, список филиалов, аффилированных лиц, дочерних предприятий и зависимых обществ, документы налоговых проверок, документы судебных исков, отчеты ранее проводимых внешних и внутренних аудиторских проверок, материалы внутренних расследований компании, документы, содержащие данные о собственниках, руководителях компании, перечень дебиторов и кредиторов компании, а также информация, характеризующая финансовое положение контрагентов и их добросовестность) [3].

Несмотря на определенность целей, задач и информационной базы выявления фактов фальсификации отчетности, самой большой проблемой для аудиторов является преднамеренный характер мошенничества с финансовой отчетностью. В отличие от непреднамеренных ошибок и намеренно агрессивного учета операций, мошенничество с финансовой отчетностью включает в себя попытки скрыть схемы фальсификации от аудиторов. Данный элемент сокрытия информации от аудиторов существенно затрудняет процесс выявления искажений. По этой причине риск существенного искажения нужно ставить наряду с неотъемлемым риском и риском средств контроля, должен также включать риск сокрытия информации (рис. 2). Оценка такого риска будет происходить с помощью тестирования.



Рис. 2. Риск сокрытия в структуре аудиторского риска

Для этого предлагается комплекс вопросов «Тест для оценки риска сокрытия информации», представленный в таблице 2.

Таблица 2
Тестирование оценки риска сокрытия информации

п/п	Вопросы	Ответы	
		Да	Нет
1	Препятствует ли менеджмент организации получению аудитором необходимой информации?		
2	Наличие внешнего мотива (оправдания) для совершения фальсификации у отдельных лиц.		
3	Выполнялись ли корректировки записей лицами, обычно не занимающимися ведением бухгалтерских записей?		
4	Обнаружено ли отсутствие некоторых документов, или существование лишь копий?		
5	Руководство препятствует оперативному предоставлению информации на запросы аудиторов.		
6	Существует ли прямая зависимость между вознаграждением менеджеров и достижением ими высоких финансовых показателей компании, а также успешностью окончания аудита?		
7	Являются ли финансовые цели организации реалистичными?		
8	Обнаружены ли недостатки в системе внутреннего контроля?		
9	Существуют ли нестандартные бухгалтерские записи?		
10	Существует ли недостаточное разделение должностных обязанностей в компании?		
11	Имеет место наличие чрезмерного доверия определенному лицу компании?		
12	Располагает ли руководство или другие сотрудники возможностями по части совершения недобросовестных действий?		
13	Придерживается ли компания кодекса этики?		
14	Существует ли корпоративная политика по противодействию неправомерных действий на предприятии?		
15	Организация не принимает надлежащих мер в отношении недобросовестных действий, принятие которых в сложившихся обстоятельствах аудитор считает необходимым, даже если данные недобросовестные действия несущественны для целей подготовки финансовой отчетности.		

На основе этой оценки можно оценить влияние риска сокрытия на аудиторский риск с помощью формулы 1, а также критериев оценки, представленных в таблице 3.

$$R_{concealment} = \frac{\text{Количество ответов Да}}{\text{Количество вопросов}} \quad (1)$$

Таблица 3

Критерии оценки риска сокрытия информации в организации

Уровень риска сокрытия информации	Отношение количества ответов «да» к общему количеству вопросов, %
Низкий	0 – 50
Средний	51 – 85
Высокий	86 – 100

Источник: составлено автором.

Таким образом, выделение аудита фальсификации как сопутствующей услуги при аудите бухгалтерской (финансовой) отчетности, а также оценка риска сокрытия информации в составе аудиторского риска позволит повысить качество механизмов выявления и предупреждения искажений бухгалтерской (финансовой) отчетности при проведении аудита.

Библиография

1. Арабян К.К. Аудит как независимая форма финансового контроля: миссия и ожидания пользователей / К.К. Арабян, И.В. Давыдова // *Аудитор*. 2013. № 10. С. 16–22.
2. Международный стандарт аудита 315 (пересмотренный, 2019 г.) «Выявление и оценка рисков существенного искажения» [введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 27.10.2021 N 163н] [Электронный ресурс] // *Справочно-правовая система «Консультант-Плюс»*. - Режим доступа: <http://base.consultant.ru> (дата обращения: 15.04.2023).
3. Посохина А.В. Информационная основа оценки аудиторского риска существенного искажения финансовой (бухгалтерской) отчетности // *Вестник Пермского университета. Серия: Экономика*, 2013. № 2. С. 48-53.
4. Семченко, М.М. Достоверность финансовой (бухгалтерской) отчетности / М. М. Семченко // *Финансы и бизнес*. - №3. - 2011. - С. 193-197.
5. Турцевич К.Г. Анализ методов оценки выявленных искажений бухгалтерской отчетности и их воздействие на уровень существенности // *Аудит и финансовый анализ*, 2006. № 4. С. 124-126

References

1. Arabyan K.K. Audit kak nezavisimaya forma finansovogo kontrolya: missiya i ozhidaniya pol'zovatelej / K.K. Arabyan, I.V. Davydova // *Auditor*. 2013. № 10. S. 16–22.
2. Mezhdunarodnyj standart audita 315 (peresmotrennyj, 2019 g.) «Vyyavlenie i ocenka riskov sushchestvennogo iskazheniya» [vveden v dejstvie na territorii Rossijskoj Federacii Prikazom Minfina Rossii ot 27.10.2021 N 163n] [Elektronnyj resurs] // *Spravochno-pravovaya sistema «Konsul'tantPlyus»*. - Rezhim dostupa: <http://base.consultant.ru> (data obrashcheniya: 15.04.2023).
3. Posohina A.V. Informacionnaya osnova ocenki auditorskogo riska sushchestvennogo iskazheniya finansovoj (buhgalterskoj) otchetnosti // *Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Ekonomika*, 2013. № 2. S. 48-53.
4. Semchenko, M.M. Dostovernost' finansovoj (buhgalterskoj) otchetnosti / M.M Semchenko // *Finansy i biznes*. - №3. - 2011. - S. 193-197.
5. Turcevich K.G. Analiz metodov ocenki vyyavlennyh iskazhenij buhgalterskoj otchetnosti i ih vozdejstvie na uroven' sushchestvennosti // *Audit i finansovyj analiz*, 2006. № 4. S. 124-126

© Ю.С. Тимошина, П.А. Алеткин, 2022



Ссылка на статью: Тимошина Ю.С., Алеткин П.А. - Проблематика информационного обеспечения аудита в системе мониторинга выявления фальсификации финансовой отчетности // *Вести научных достижений. Экономика и право*. – 2022. - №14. – С. 332 – 338. DOI: 10.36616/2686-9837_2022_14_332 URL: <https://vestind.ru/journals/economicsandlaw/releases/2022-14/articles?pdfView&page=13>

УДК 334.021

Дата направления в редакцию: 04-10-2022

Дата рецензирования: 13-10-2022

Дата публикации: 20-12-2022

Усманов Эрнест Русланович

Студент Казанского кооперативного
института (филиала),
Российского университета кооперации,
E-mail: usmanov_ernest@mail.ru

Usmanov Ernest Ruslanovich

Student of the Kazan Cooperative Institute (branch),
Russian University of Cooperation
E-mail: usmanov_ernest@mail.ru

Хайруллина Екатерина Геннадьевна

Аспирант Казанского кооперативного
института (филиала),
Российского университета кооперации,
E-mail: kafedraeconom@mail.ru

Khairullina Ekaterina Gennadievna

Postgraduate student of the Kazan Cooperative
Institute (branch),
Russian University of Cooperation
E-mail kafedraeconom@mail.ru

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ: ФАКТОРЫ РОСТА ПОПУЛЯРНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA: FACTORS OF POPULARITY GROWTH AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Аннотация (на рус). Предпринимательство является ключевым фактором экономического развития и процветания любой страны. В России предпринимательская активность получила значительный импульс в последние годы, и множество факторов содействует ее росту и популярности. В этой статье мы рассмотрим некоторые из этих факторов и их влияние на предпринимательскую среду в России, а также обсудим перспективы дальнейшего развития предпринимательства в стране.

Abstract (in Eng). Entrepreneurship is a key factor in the economic development and prosperity of any country. In Russia, business activity has received a significant boost in recent years, and many factors contribute to its growth and popularity. In this article, we will look at some of these factors and their impact on the business environment in Russia, as well as discuss the prospects for further business development in the country.

Ключевые слова: предпринимательство, стартап, инновации, финансирование, деловой климат.

Keywords: entrepreneurship, startup, innovation, financing, business climate.

В последние годы Россия приняла ряд мер для улучшения делового климата в стране. Сокращение бюрократических процедур, упрощение процесса регистрации бизнеса и снижение налогового бремени позволили предпринимателям более свободно вести свою деятельность. Эти изменения способствовали увеличению числа новых предприятий и стимулировали развитие малого и среднего бизнеса.

Россия стала активным игроком в сфере технологического предпринимательства. Молодые предприниматели и стартапы, особенно в области информационных технологий, получили значительную поддержку и финансирование. Технопарки, инкубаторы и акселераторы предоставляют инновационным проектам не только финансовую поддержку,

но и экспертное сопровождение, помогая им, вырасти и стать успешными компаниями.

Технологический прорыв играет существенную роль в росте популярности предпринимательства в России. Страна стала активным игроком в сфере технологического предпринимательства, особенно в области информационных технологий. Некоторые ключевые факторы, способствующие росту популярности предпринимательства в этой области, включают:

а) поддержка стартапов и инноваций: Россия активно развивает экосистему стартапов и инноваций. Были созданы технопарки, инкубаторы, акселераторы и инновационные центры, которые предоставляют поддержку и ресурсы для стартапов. Они помогают предпринимателям в разработке и реализации

инновационных идей, предоставляют финансирование, экспертные знания и помогают в создании связей с инвесторами и партнерами.

б) финансирование инноваций: развитие технологического предпринимательства в России поддерживается наличием венчурных фондов, инвестиционных фондов и государственных программ, предоставляющих финансирование для инновационных проектов. Это позволяет стартапам и инновационным компаниям получить необходимые средства для развития своих идей и продуктов.

в) наличие технических специалистов: Россия обладает кадровым потенциалом в области информационных технологий. Высокое качество технического образования и наличие талантливых специалистов в области программирования, разработки программного обеспечения и других технических навыков способствуют развитию технологического предпринимательства. Предприниматели могут привлекать талантливых специалистов и команды для разработки и внедрения инновационных продуктов и услуг.

г) укрепление связей с международным сообществом: Россия активно развивает связи с международным сообществом предпринимателей и инноваторов. Участие в международных технологических конференциях, выставках и программах обмена позволяет предпринимателям получить опыт, знания и поддержку от успешных предпринимателей и инвесторов со всего мира. Это способствует обмену идеями, созданию партнерств и привлечению инвестиций из-за рубежа.

Россия стала плодотворной почвой для развития технологического предпринимательства благодаря поддержке стартапов и инноваций, доступности финансирования, наличию высококвалифицированных специалистов и укреплению связей с международным предпринимательским сообществом. Это создает благоприятную среду для развития и привлечения технологических предпринимателей, способствуя инновациям, экономическому росту и улучшению конкурентоспособности России на мировом рынке.

Усиление финансовой системы и развитие рынка капитала создали более благоприятные условия для привлечения инвестиций и финансирования предпринимательских идей.

Появление венчурных фондов и бизнес-инкубаторов способствовало появлению новых источников финансирования для стартапов и инновационных проектов.

Развитие финансовой системы играет важную роль в поддержке предпринимательства в России. В последние годы были предприняты шаги для усиления финансового сектора и создания благоприятной среды для привлечения инвестиций и финансирования предпринимательских проектов. Некоторые ключевые факторы, способствующие росту популярности предпринимательства в этой области, включают:

а) развитие рынка капитала: в России развивается рынок капитала, что предоставляет предпринимателям возможность привлечь инвестиции через различные каналы. Компании имеют возможность выходить на биржу и привлекать средства от инвесторов. Также развитие частного инвестирования и венчурного капитала создает новые источники финансирования для стартапов и инновационных проектов.

б) венчурные фонды и бизнес-инкубаторы: венчурные фонды играют важную роль в развитии предпринимательства в России. Они предоставляют финансовую поддержку и экспертное сопровождение для стартапов и молодых компаний. Бизнес-инкубаторы также активно поддерживают предпринимательские идеи, предоставляя пространство, обучение и консультации предпринимателям.

в) кредитование малого и среднего бизнеса: банки и финансовые учреждения в России предоставляют кредиты и финансовую поддержку для малого и среднего бизнеса. Снижение процентных ставок и упрощение процедур получения кредитов способствуют развитию предпринимательства и повышают его привлекательность для потенциальных предпринимателей.

г) государственная поддержка: государство активно поддерживает предпринимательство в России через различные программы и инициативы. Программы государственных грантов, субсидии и налоговые льготы предоставляют дополнительные стимулы для создания и развития бизнеса.

В целом, развитие финансовой системы в России, включая развитие рынка капитала,

наличие венчурных фондов и бизнес-инкубаторов, доступность кредитования и государственная поддержка, содействуют росту популярности предпринимательства. Эти факторы создают благоприятную среду для предпринимателей, обеспечивая им доступ к финансированию, экспертному сопровождению и другим ресурсам, необходимым для успешного развития и расширения своего бизнеса.

Менталитет общества в России также изменился в отношении предпринимательства. Большинство людей стали более открытыми к идеям предпринимательства и готовыми рискнуть и создать свое собственное дело. Это создает благоприятную среду для развития предпринимательства и повышает его популярность в обществе.

В будущем предпринимательство в России обладает значительными перспективами развития. Страна обладает огромным рынком и потенциалом для инноваций. Развитие цифровой экономики и технологий, совершенствование правовой и налоговой системы, а также поддержка со стороны государства будут способствовать росту и развитию предпринимательской среды.

Таким образом, предпринимательство в России испытывает значительный рост популярности благодаря улучшению делового климата, технологическому прорыву, развитию финансовой системы и изменению менталитета общества. Страна имеет большой потенциал для развития предпринимательства и становится все более привлекательной средой для инноваций и бизнеса. В дальнейшем развитие предпринимательской среды и поддержка предпринимателей будут играть ключевую роль в экономическом росте и процветании России.

Библиография

1. Предпринимательство: учебник / Н.Н. Ползунова, Н.В. Родионова, Н.В. Моргунова [и др.]; под ред. д-ра экон. наук Н.Н. Ползуновой, д-ра экон. наук Н.В. Родионовой. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 413 с.
2. Предпринимательство: учебное пособие / Н. Ю. Никитина, С. М. Корунов, А. А. Яшин, И. Д. Опарин; под общ. ред. Н. Ю. Никитиной. - 2-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА; Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2022. - 256 с.
3. Предпринимательство: учебное пособие / Н. Ю. Никитина, С. М. Корунов, А. А. Яшин, И. Д. Опарин; под общ. ред. Н. Ю. Никитиной; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. - Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2020. - 256 с.
4. Предпринимательство: учебник для магистров / под ред. докт. экон. наук, проф. И. К. Ларионова. — 4-е изд. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 190 с.
5. Исаев, Г. Н. Предпринимательство в информационной сфере: учебное пособие / Г. Н. Исаев. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 288 с.

References

1. Predprinimatel'stvo: uchebnik / N.N. Polzunova, N.V. Rodionova, N.V. Morgunova [i dr.]; pod red. d-ra ekon. nauk N.N. Polzunovoj, d-ra ekon. nauk N.V. Rodionovoj. — Moskva: INFRA-M, 2023. — 413 s.
2. Predprinimatel'stvo: uchebnoe posobie / N. Yu. Nikitina, S. M. Korunov, A. A. Yashin, I. D. Oparin; pod obshch. red. N. Yu. Nikitinoj. - 2-e izd., ster. - Moskva: FLINTA; Ekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta, 2022. - 256 s.
3. Predprinimatel'stvo: uchebnoe posobie / N. Yu. Nikitina, S. M. Korunov, A. A. Yashin, I. D. Oparin; pod obshch. red. N. Yu. Nikitinoj; Ministerstvo nauki i vysshego obrazovaniya Rossijskoj Federacii, Ural'skij federal'nyj universitet. - Ekaterinburg: Izd-vo Ural'skogo un-ta, 2020. - 256 s.
4. Predprinimatel'stvo: uchebnik dlya magistrrov / pod red. dokt. ekon. nauk, prof. I. K. Larionova. — 4-e izd. — Moskva: Izdatel'sko-torgovaya korporaciya «Dashkov i K°», 2020. - 190 s.
5. Isaev, G. N. Predprinimatel'stvo v informacionnoj sfere: uchebnoe posobie / G. N. Isaev. - Moskva: INFRA-M, 2020. - 288 s.

© Э.Р. Усманов, Е.Г. Хайруллина, 2022



Ссылка на статью: Усманов Э.Р., Хайруллина Е.Г. - Предпринимательство в России: факторы роста популярности и перспективы развития // Вести научных достижений. Экономика и право. – 2022. - №14. – С. 339 – 342. DOI: 10.36616/2686-9837_2022_14_339 URL: <https://vestind.ru/journals/economicsandlaw/releases/2022-14/articles?pdfView&page=20>

УДК 659.1

Дата направления в редакцию: 20-11-2022

Дата рецензирования: 14-12-2022

Дата публикации: 20-12-2022

Павлов Рустем Валерьевич

*Студент Казанского кооперативного
института (филиала),
Российского университета кооперации,
E-mail: rustem_pavlov@mail.ru*

Pavlov Rustem Valerievich

*Student of the Kazan Cooperative Institute (branch),
Russian University of Cooperation
E-mail: rustem_pavlov@mail.ru*

Маджидов Мукиджон Абдулхадисович

*Студент Казанского кооперативного
института (филиала),
Российского университета кооперации,
E-mail: Muqim97@gmail.ru*

Majidov Mukimjon Abdulkhadisovich

*Student of the Kazan Cooperative Institute (branch),
Russian University of Cooperation
E-mail: Muqim97@gmail.ru*

Хайруллина Екатерина Геннадьевна

*Аспирант Казанского кооперативного
института (филиала),
Российского университета кооперации,
E-mail: kafedraeconom@mail.ru*

Khairullina Ekaterina Gennadievna

*Postgraduate student of the Kazan Cooperative
Institute (branch),
Russian University of Cooperation
E-mail kafedraeconom@mail.ru*

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФУНКЦИИ СУБЪЕКТОВ РЕКЛАМНОГО ПРОЦЕССА И МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ ЗА ПРОВЕДЕНИЕМ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

ORGANIZATIONAL FUNCTIONS OF THE SUBJECTS OF THE ADVERTISING PROCESS AND METHODS OF CONTROL OVER THE CONDUCT OF THE ADVERTISING CAMPAIGN

Аннотация (на рус). В статье рассматривается понятие, цели и значение рекламных кампаний в деятельности предприятия. Организация рекламных кампаний интерпретируется как инструмент цивилизованной экономики за соперничество в условиях ограниченности ресурсов, как в рамках национального рынка, так и в условиях глобальных товарных отношений. От того, насколько эффективны методические основы организации рекламных кампаний зависит развитие таких аспектов современного общества как экономический аспект, социальные связи и общественные основы. Разработка универсальной методологии организации рекламных кампаний приведет к тому, что предприятие будет иметь возможность формирования высоких бренд-показателей, а также сможет сформулировать свою систему внешних преимуществ конкурентного характера.

Abstract (in Eng). The article discusses the concept, goals and significance of advertising campaigns in the activities of the enterprise. The organization of advertising campaigns is interpreted as a tool of a civilized economy for competition in conditions of limited resources, both within the national market and in the context of global commodity relations. The development of such aspects of modern society as the economic aspect, social ties and social foundations depends on how effective the methodological foundations of organizing advertising campaigns are. The development of a universal methodology for organizing advertising campaigns will lead to the fact that the enterprise will be able to form high brand indicators, and will also be able to formulate its own system of external competitive advantages.

Ключевые слова: рекламная кампания, рекламная продукция, мобильное приложение, имидж, измеримость цели, матрица целей рекламных кампаний.

Keywords: advertising campaign, advertising products, mobile application, image, goal measurability, goal matrix of advertising campaigns.

Организационные функции субъектов рекламного процесса и методы контроля за проведением рекламной кампании рассма-

триваются многими авторами при изучении аспектов рекламной и маркетинговой деятельности предприятия. Часть авторов рас-

сматривает ограниченный спектр функции субъектов рекламного процесса, большинство же авторов приводят систематизацию функциональных основ.

Если рассмотреть позиции авторов в отношении субъектов рекламного процесса, то ими, как правило, рассматриваются два ключевых субъекта, такие как рекламодатель и рекламополучатель (рекламщик). На наш взгляд, данная типология субъектов является агрегированной и не отражает современных тенденций реализации функциональных основ деятельности субъектов. В рамках рекламного процесса необходимо рассматривать начало процесса с формирования рекламного сообщения и окончание рекламного процесса произведённой адресной продажей и учетом прибыли. Данная интерпретация рекламного процесса является упрощенной и имеет фундаментальные основы. Однако, структурировав рекламный процесс, необходимо отметить, что он имеет множество под-процессов и элементов.

Такие авторы как Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов, С.В. Карпов, О.Г. Дальдинова, Д.Ю. Зодьбинова рассматривают в рамках субъектных составляющих и их функции при реализации рекламного процесса функциональные основы маркетингового характера и субъектов их реализующих.

Г.Г.Щепилова и К.В.Щепилов считают, что ключевыми функциональными основами маркетингового характера являются такие процессы как: передача целевому сегменту рынка ключевых преимуществ перед конкурентами, формирование рекламных сообщений на базе уникальности бренда и трансляция конкурентных преимуществ через коммуникации. Причем для реализации каждого процесса характерен определенный субъект [1, с. 122].

Рассмотрим бренд-маркетинговый подход к организационным функциям субъектов рекламного процесса, используя рисунок 1.

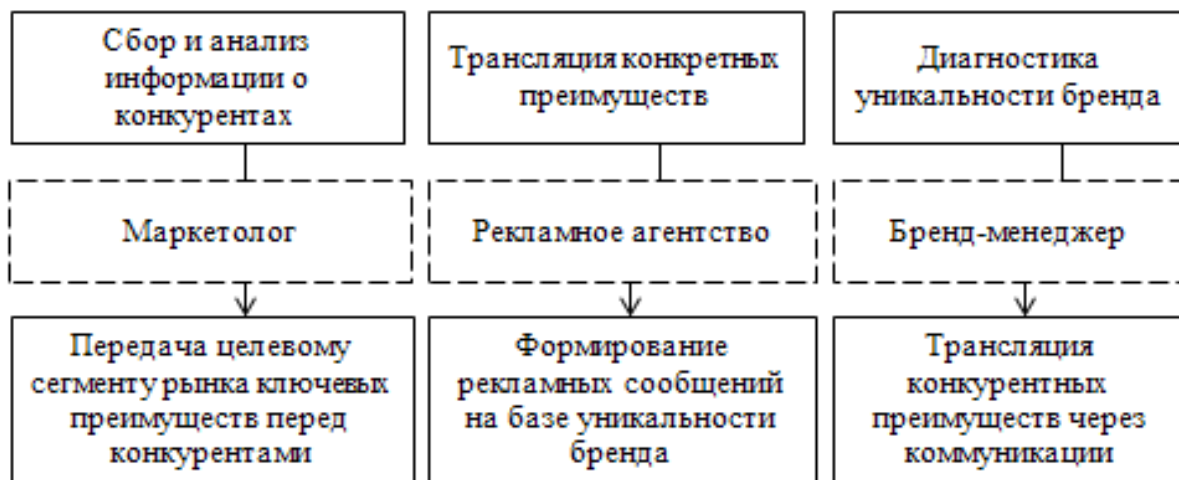


Рисунок 1 – Бренд-маркетинговый подход к организационным функциям субъектов рекламного процесса

Из данных рисунка видно, что авторы используют аспекты управления рекламным процессом на основе маркетинга и бренд-менеджмента. При этом в качестве субъектов выступают маркетолог, рекламное агентство и бренд-менеджер. Маркетолог на основе сбора и анализа информации о конкурентах реализует передачу целевому сегменту рынка ключевых преимуществ перед конкурентами. Рекламное агентство, реализуя трансляцию конкретных преимуществ, производит формирование рекламных сообщений на базе уникальности бренда. Бренд-менеджер производит диагностику уникальности бренда и, таким образом, реализует трансляцию конкурентных преимуществ через коммуникации.

Данная интерпретация организационных функций субъектов рекламного процесса имеет, на наш взгляд, стационарный подход и посвящен больше системообразующим факторам, влияющим на потребительский выбор, как результат рекламной кампании. Он требует дополнения динамическими элементами, учитывающими адаптивность реализации функций субъектов рекламного процесса, что уточняет С.А.Мусатова [2, с. 72].

Бренд-маркетинговый подход к организационным функциям субъектов рекламного процесса также требует дополнение по направлениям, стимулирующих продажные процессы. В частности, можно руководствоваться мнением О.Г. Дальдиновой и Д.Ю. Зодьбиновой, которые рассматривают в рамках рекламного процесса использование акционных инструментов и стимулирование постоянства потребителей. В качестве субъектов данных рекламных процессов выступают руководитель предприятия, рекламист (рекламное агентство), маркетолог, финансовый директор (бухгалтер, выполняющий роль финансиста) [3, с. 98].

Модернизированный бренд-маркетинговый подход к организационным функциям субъектов рекламного процесса представлен на рисунке 2.

Из рисунка видно, что в качестве базовых организационных функций субъектов рекламного процесса предлагается использовать функции, позволяющие передавать по рекламным каналам уникальность предприятия либо продукта, а также конкурентные

преимущества, влияющие на продажу. В качестве проектных функций предлагается ввести адаптивно-динамические функции и стимулирующие функции, позволяющие более эффективно достигать целей конкретной рекламной кампании. В рамках адаптивно-динамических функций, таким образом, предлагается добавить в первую очередь диагностику динамики потребностей потребителей целевого сегмента рекламного процесса. Во вторую очередь, реализацию процесса эффективного продвижения продаж как показателя, отражающего целевое предназначение рекламной компании. Стимулирующие функции предлагается реализовать через акционное стимулирование продаж и использование стимулов для повышения лояльности к бренду.

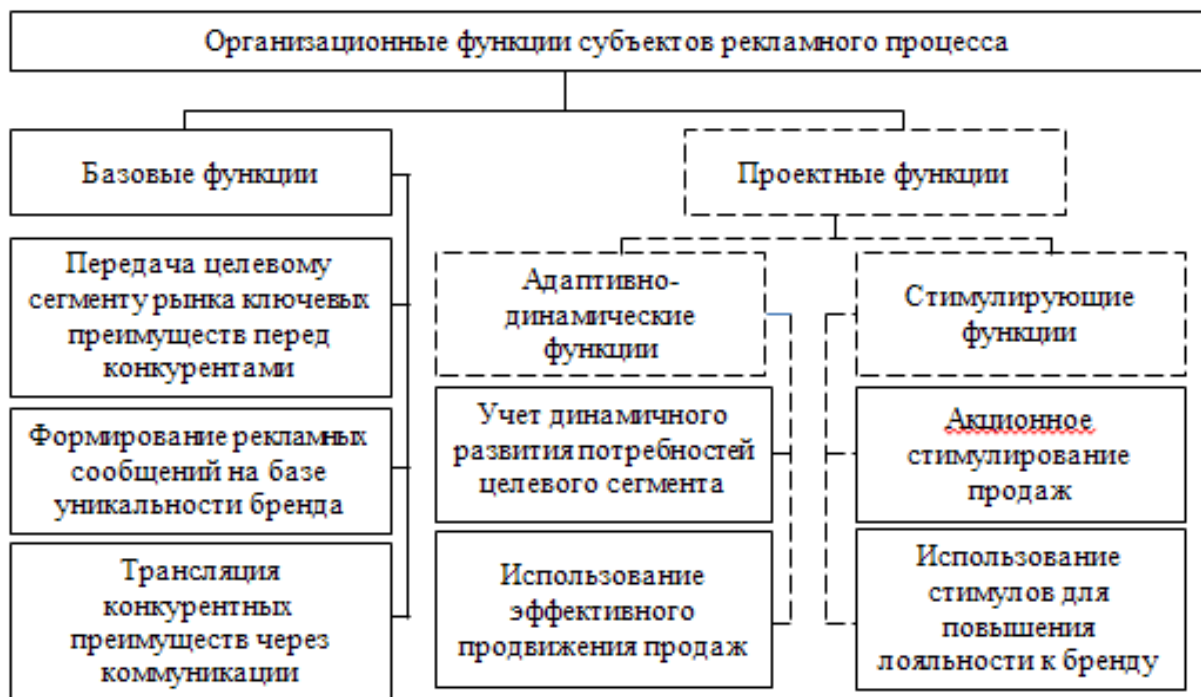


Рисунок 2 – Модернизированный бренд-маркетинговый подход к организационным функциям субъектов рекламного процесса

Такое авторы Ж.М. Рахманов, Л.М. Табатадзе, Е.Ю. Кривобородова, Е.Б. Штукарева, Е.В. Черникова исследуют креативные рекламные процессы и обосновывают организационные функции субъектов в аспекте данных инновационных элементов, отражающих специфику предприятия либо продукта в сообщениях в рамках рекламной кампании.

Ж.М.Рахманов считает, что для традиционного состава субъектов рекламного процесса необходимым является реализация таких функций, как реализация и использование визуального образа предприятия, а также использование наполнения по эмоциональному и рациональному аспектам. По мнению автора, использование визуального образа предприятия либо продукта должно быть реализовано на основе принципов разработки и реализации основ брендинга. Визуальный образ, в рамках рекламного процесса, должен вызывать положительные ассоциации в форме позитивной настроенности потребителей. В связи с этим, обязательным субъектом в рамках традиционного состава, является дизайнер с образованием маркетолога, который разработал бы визуальный образ предприя-

тия, либо продукта рационального, без скрытого негативного смысла.

На наш взгляд, деятельность рекламного дизайнера, в рамках организационных функций субъектов рекламного процесса, является обязательной, так как использования визуального образа позволяет отразить характер функционирования предприятия, и, таким образом, сформировать решение о необходимости покупки. Более того, данный элемент рекламного процесса является ключевым в рамках креативных рекламных процессов.

По мнению Е.В. Черникова использование наполнения фирменного наименования предприятия, либо бренда (наполнение по эмоциональному и рациональному аспектам у Ж.М. Рахманова) возможно в тандеме с реализацией бренд-book (позиционирование бренда, идея бренда, концепция бренда и лаконичный образ) [4, с. 45].

На наш взгляд, ключевой идеей наполнения фирменного наименования предприятия (бренда) является то, что потребитель, благодаря данному наполнению, выступает надёжным источником получения информации об ассортименте продукции и возможностях их

приобретения.

Л.М. Табатадзе, Е.Ю. Кривобородова и Е.Б. Штукарева, исследуя особенности креативных процессов в рамках рекламных кампаний, утверждают о том, что работа с ключевым коммуникационным сообщением и сообщениями на этапах продвижения, а также присутствие уникального дизайнерского стиливого решения концепции предприятия (бренда) являются наиболее важными категориями [5, с. 16].

По нашему мнению, данные процессы имеют место быть в рамках рекламной кампании, однако их важность завышена, так как работа с ключевым коммуникационным сообщением и сообщениями на этапах продвижения уже производится в процессе деятельности бренд-менеджера и выделять данный процесс в отдельную категорию является переходом к дублированию процессов. Кроме того, присутствие уникального дизайнерского стиливого решения концепции предприятия (бренда) также реализуется дизайнером на этапе использования визуального образа.

Р.Р. Голуб, Д.А. Горбачева, И.Е. Щербаков рассматривают медийный элемент как одну из организационных функциональных основ субъектов рекламного процесса. При этом авторы приводят в качестве ключевого процесса процесс формулировки коммуникационных каналов для каждого этапа продвижения с целью наиболее эффективного донесения рекламного сообщения [6, с. 11].

На наш взгляд, данный процесс является одним из основных по медийному аспекту рекламных кампаний, так как позволяет наиболее эффективно выбрать способ передачи рекламной компании. Данная функциональная основа реализуется маркетологом, который выполняет контрольные функции по результатам проведения рекламной компании. Таким образом, обоснование авторами медийного элемента, как одной из организационных функциональных основ субъектов рекламного процесса, переводит управленческое воздействие в направление методологических основ процесса контроля за проведением рекламной кампании. Кроме того, авторы рассматривают и диагностику (оценку) этапов продвижения предприятия, что позволяет рассматривать медийный аспект рекламных кампаний как

основной элемент для разработки контрольных мер рекламного процесса.

Рассмотрим обзор мнений авторов по отношению к методологическим основам контроля за проведением рекламной кампании.

Такие вторы как Р.Р.Голуб, Д.А.Горбачева, И.Е.Щербаков рассматривают такие традиционные методы контроля за проведением рекламной кампании как предварительный контроль рекламной кампании, ее промежуточный контроль и итоговый контроль.

На наш взгляд, данная типологии методов контроля является наиболее целесообразной по причинам того, что она легко реализуема на практике и основана на процессном подходе, что структурирует ее реализацию.

В.Л.Снежко также рассматривает предварительный контроль как наиболее эффективный метод контроля рекламного процесса, который, по мнению авторов, основан на планировании будущей эффективности рекламной кампании путем мониторинга плановых показателей.

На наш взгляд, мнение автора является обоснованным. В частности, на данном этапе может быть реализован принцип вариативности использования рекламных кампаний предприятия для оптимизации показателей.

Е.А. Короткова рассматривает промежуточный контроль как контроль, который позволяет оценить эффективность реализации рекламных кампаний предприятия уже в процессе их реализации, сформулировать на основе этого возможные коррекционные мероприятия.

По нашему мнению, данный метод необходимо дополнить определенным набором показателей, позволяющих опередить степень реализации плановых показателей, в частности уточнить о необходимости использования показателей экономической эффективности.

Заключительным этапом в рамках подхода авторов является итоговый контроль, когда производится сравнение итоговых показателей рекламных кампаний предприятия с плановыми показателями.

В частности, Л.К.Салиева рассматривает заключительный контроль рекламного процесса как аналитическую деятельность, ориентированную на диагностику прироста прибыли в результате реализации рекламной

кампании.

Метод заключительного контроля, на наш взгляд, рекомендуется дополнить показателями оценки, которые, как правило, имеют связь с показателями промежуточного контроля. В частности, рекомендуется дополнить метод заключительного контроля показателями оценки не только экономической эффективности, но и эффективности маркетинговой деятельности.

О.М. Седун, рассматривая контроль за проведением рекламной кампании, уточняет, что в качестве методологических основ необходимо использовать тот метод, который отражает объект контроля. По мнению автора можно выделить метод контроля эффекта в маркетинговом и экономическом аспекте, бюджетный метод контроля и методы контроля отдельных рекламных инструментов.

На наш взгляд, автор рассматривает узкоспециализированные методы контроля за проведением рекламной кампании, которые имеют высокую степень субъективизма. Приведенный подход недостаточно полно отражает методологические основы контроля за проведением рекламной кампании.

Часть авторов, в частности С.В. Шарохина и Е.А. Братухина утверждают, что методы контроля за проведением рекламной кампании также реализуются на основе того, кто является субъектом контроля. Так авторы выделяют методы внутреннего контроля и методы внешнего контроля.

Под методами внутреннего контроля понимаются все методы, использованные в целях самоконтроля. Как правило, данная методологическая основа применяется рекламной службой предприятия, службой маркетинга, либо руководящим составом предприятия. Если же рассматривать методы внешнего контроля, то под ними имеются ввиду методы, ориентированные на проверку со стороны таких субъектов, как представители государственной системы контроля рекламной деятельности.

Методы внешнего контроля, в частности, используются при диагностике признаков недобросовестной рекламы.

Аспекты нарушения законодательства о рекламе выявляются как при реализации методов внутреннего контроля, так и методов

внешнего контроля.

Таким образом, исследовав организационные функции субъектов рекламного процесса и методы контроля за проведением рекламной кампании, можем сделать следующий вывод. В результате проведенного исследования нами предложен модернизированный бренд-маркетинговый подход к организационным функциям субъектов рекламного процесса. В качестве базовых организационных функций субъектов рекламного процесса предлагается использовать функции, позволяющие передавать по рекламным каналам уникальность предприятия либо продукта, а также конкурентные преимущества, влияющие на продажу. В качестве проектных функций предлагается ввести адаптивно-динамические функции и стимулирующие функции, позволяющие более эффективно достигать цели конкретной рекламной кампании. Кроме того, организационные функции субъектов рекламного процесса предлагается реализовать не только на основе бренд-маркетингового подхода, но и дополнить его креативными рекламными процессами и медийным элементом. Рассмотрев обзор мнений авторов по отношению к методологическим основам контроля за проведением рекламной кампании, необходимо отметить, что на наш взгляд, более широкой и объективной является методология Р.Р. Голуб, Д.А. Горбачевой и И.Е. Щербакова. Авторы рассматривают такие традиционные методы контроля за проведением рекламной кампании как предварительный контроль рекламной кампании, ее промежуточный контроль и итоговый контроль. Данные методы контроля на основе процессного подхода являются составными элементами таких методов контроля, как контроль на основе внутренних инструментов, контроль на основе внешних инструментов. Если же рассмотреть метод контроля эффекта в маркетинговом и экономическом аспекте, бюджетный метод контроля и методы контроля отдельных рекламных инструментов, то они также структурированы на более фундаментальные методы.

Библиография

1. Щепилова, Г.Г. Основы рекламы [Текст]: учебник для бакалавров / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. – Москва-Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 473 с.
2. Мусатова, С. А. Роль рекламы в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций [Текст] / С. А. Мусатова // Наука в современном информационном обществе: Материалы XVIII международной научно-практической конференции, North Charleston, USA, 04–05 марта 2019 года. – North Charleston, USA: LuluPress, Inc., 2019. – С. 71-73.
3. Дальдинова, О. Г. Функции и цели рекламы [Текст] / О. Г. Дальдинова, Д. Ю. Зодьбинова // Актуальные вопросы теории и практики развития научных исследований: сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 13 мая 2020 года. – Стерлитамак: Общество с ограниченной ответственностью «Агентство международных исследований». – 2020. – С. 97-99.
4. Черникова, Е.В. Нестандартная (креативная) реклама как востребованный способ коммуникации [Текст] / Е.В. Черникова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 4-3. – С. 45-49.
5. Табатадзе, Л.М. Создание словаря терминов креативных индустрий [Текст] / Л.М. Табатадзе, Е.Ю. Кривобородова, Е.Б. Штукарева // Мир науки. Педагогика и психология. – 2020. – №6. – С. 13-17.
6. Голуб, Р.Р. Подготовка специалистов сферы рекламы: обзор образовательных технологий и формируемых компетенций [Текст] / Р.Р. Голуб, Д.А. Горбачева, И.Е. Щербakov // МНКО. – 2021. – №2 (87). – С. 10-17.

References

1. Shchepilova, G.G. Osnovy reklamy [Tekst]: uchebnik dlya bakalavrov / G. G. Shchepilova, K. V. Shchepilov. – Moskva-Berlin: Direkt-Media, 2019. – 473 s.
2. Musatova, S. A. Rol' reklamy v sisteme integrirovannykh marketingovykh kommunikacij [Tekst] / S. A. Musatova // Nauka v sovremennom informacionnom obshchestve: Materialy XVIII mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, North Charleston, USA, 04–05 marta 2019 goda. – North Charleston, USA: LuluPress, Inc., 2019. – S. 71-73.
3. Dal'dinova, O. G. Funkcii i celi reklamy [Tekst] / O. G. Dal'dinova, D. Yu. Zod'binova // Aktual'nye voprosy teorii i praktiki razvitiya nauchnykh issledovanij: sbornik statej po itogam Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Ekaterinburg, 13 maya 2020 goda. – Sterlitamak: Obshchestvo s ogranichennoj otvetstvennost'yu «Agentstvo mezhdunarodnykh issledovanij». – 2020. – S. 97-99.
4. Chernikova, E.V. Nestandartnaya (kreativnaya) reklama kak vostrebovannyj sposob kommunikacii [Tekst] / E.V. Chernikova // Ekonomika i biznes: teoriya i praktika. – 2020. – № 4-3. – S. 45-49.
5. Tabatadze, L.M. Sozdanie slovary terminov kreativnykh industrij [Tekst] / L.M. Tabatadze, E.Yu. Krivoborodova, E.B. Shtukareva // Mir nauki. Pedagogika i psihologiya. – 2020. – №6. – S. 13-17.
6. Golub, R.R. Podgotovka specialistov sfery reklamy: obzor obrazovatel'nykh tekhnologij i formiruemykh kompetencij [Tekst] / R.R. Golub, D.A. Gorbacheva, I.E. Shcherbakov // MNKO. – 2021. – №2 (87). – S. 10-17.

© Р.В. Павлов, М.А. Маджидов, Е.Г. Хайруллина, 2022



Ссылка на статью: Павлов Р.В., Маджидов М.А., Хайруллина Е.Г. - Организационные функции субъектов рекламного процесса и методы контроля за проведением рекламной кампании // Вести научных достижений. Экономика и право. – 2022. - №14. – С. 343 – 349. DOI: 10.36616/2686-9837_2022_14_343 URL: <https://vestind.ru/journals/economicsandlaw/releases/2022-14/articles?pdfView&page=24>

УДК 336.64

Дата направления в редакцию: 15-11-2022

Дата рецензирования: 14-12-2022

Дата публикации: 20-12-2022

Каримов Тохирджон Ашрапович
Студент Казанского кооперативного
института (филиала),
Российского университета кооперации,
E-mail: karimov7770@mail.ru

Karimov Tokhirjon Ashrapovich
Student of the Kazan Cooperative Institute (branch),
Russian University of Cooperation
E-mail: karimov7770@mail.ru

Хайруллина Екатерина Геннадьевна
Аспирант Казанского кооперативного
института (филиала),
Российского университета кооперации,
E-mail: kafedraeconom@mail.ru

Khairullina Ekaterina Gennadievna
Postgraduate student of the Kazan Cooperative
Institute (branch),
Russian University of Cooperation
E-mail kafedraeconom@mail.ru

МЕТОДЫ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

METHODS OF FINANCIAL PLANNING AND FORECASTING

Аннотация (на рус). В статье рассматриваются методы финансового планирования и прогнозирования. В настоящее время существуют различные методики оценки и анализа доходов и расходов организации. При проведении структурного анализа происходит выявление основных соотношений, которые связаны с получением выручки, и затрат, произведенных с этой целью.

Abstract (in Eng). The article discusses the methods of financial planning and forecasting. Currently, there are various methods for assessing and analyzing the income and expenses of the organization. When conducting a structural analysis, the main relationships that are associated with the receipt of revenue and the costs incurred for this purpose are identified.

Ключевые слова: планирование, прогнозирование, финансовое планирование.

Keywords: planning, forecasting, financial planning.

Оценка системы финансового планирования может осуществляться с помощью использования стандартных методов оценки финансового состояния и финансовых результатов деятельности предприятия, а также, анализа его доходов и расходов предприятия.

«Основным источником информации для проведения оценки системы финансового планирования, является бухгалтерская отчетность предприятия. Основной формой бухгалтерской отчетности выступает «Отчет о движении денежных средств», в котором отражена информация о движении денежных средств предприятия. В отчете о движении денежных средств отражается поступление и расходование денежных средств и их эквивалентов, а также изменение их величины в результате осуществления текущей, инвестиционной и финансовой деятельности на протяжении отчетного периода.

«Особенностью формирования инфор-

мации в бухгалтерской отчетности является метод начислений, который означает, что признанные доходы (расходы) могут не соответствовать реальному притоку и/или оттоку денежных средств предприятия. В связи с этим, исследование прямого и косвенного методов составления и анализа отчета о движении денежных средств является особенно важным». Сравнительная характеристика прямого и косвенного методов составления отчета о движении денежных средств представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Методы составления и анализа отчета о движении денежных средств

В настоящее время существуют различные методики оценки и анализа доходов и расходов организации. При проведении структурного анализа происходит выявление основных соотношений, которые связаны с получением выручки, и затрат, произведенных с этой целью.

Для оценки финансового состояния и финансовых результатов работы предприятия используется вертикальный и горизонтальный анализ бухгалтерской отчетности. При проведении анализа происходит выявление изменений в распределении агрегированных статей форм бухгалтерской отчетности, а также изменений в динамике и структуре отдельных показателей, устанавливается, за счет каких операций увеличилась (снизилась) доходность (убыточность).

Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности следует начинать с горизонтального анализа изменения ее показателей с использованием стандартных показателей динамики.

Горизонтальный анализ предполагает сопоставление показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности, как в абсолютном, так

и в относительном выражении, то есть расчет показателей динамики. Такой анализ позволяет выявить изменения показателей каждой статьи форм бухгалтерской (финансовой) отчетности (бухгалтерского баланса, отчета о финансовых результатах и других форм отчетности) в абсолютном (стоимостном) и в относительном выражении.

В заключении необходимо отметить, что оценка эффективности системы финансового планирования позволяет понять, насколько рационально использовались имеющиеся финансовые ресурсы в процессе достижения запланированных целей. Особое внимание при проведении такой оценки следует уделять отклонениям полученных фактических значений показателей от их плановых значений, а также динамике показателей за несколько лет, анализу финансовых коэффициентов.

Оценка системы планирования включает комплекс процедур по оценке и анализу динамики различных показателей хозяйственной деятельности предприятия в сравнении с аналогичными показателями прошлых периодов и утвержденными на отчетный период плано-

выми значениями.

Качество функционирования системы финансового планирования по итогам отчетного года, зависит от полноты использования методов оценки ее эффективности. При проведении оценки должны быть задействованы все рассмотренные выше методы анализа: трендовый (горизонтальный); структурный (вертикальный); сравнительный.

Библиография

1. Финансовое планирование и бюджетирование: учебное пособие / В.Н. Незамайкин, Н.А. Платонова, И.М. Поморцева [и др.]; под ред. В.Н. Незамайкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 112 с.
2. Финансовое планирование и прогнозирование: учебное пособие / Е. А. Разумовская, М. С. Шуклин, В. И. Баженова, Е. С. Панфилова; под общ. ред. Е. А. Разумовской; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. - Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2017. - 284 с.
3. Мищенко, А. В. Методы финансового планирования и оценки эффективности управления производственно-финансовой деятельностью предприятия: монография / А.В. Мищенко, А.В. Пилогина. — Москва: ИНФРА-М, 2023.
4. Олькова, А. Е. Финансовое моделирование инвестиционных проектов: учебно-методическое пособие / А. Е. Олькова. - Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2020. - 80 с.

References

1. Finansovoe planirovanie i byudzhetrovanie: uchebnoe posobie / V.N. Nezamajkin, N.A. Platonova, I.M. Pomorceva [i dr.]; pod red. V.N. Nezamajkina. — 2-e izd., ispr. i dop. — Moskva: INFRA-M, 2023. — 112 s.
2. Finansovoe planirovanie i prognozirovanie: uchebnoe posobie / E. A. Razumovskaya, M. S. Shuklin, V. I. Bazhenova, E. S. Panfilova; pod obshch. red. E. A. Razumovskoj; M-vo obrazovaniya i nauki Ros. Federacii, Ural. feder. un-t. - Ekaterinburg: Izd-vo Ural'skogo un-ta, 2017. - 284 s.
3. Mishchenko, A. V. Metody finansovogo planirovaniya i ocenki effektivnosti upravleniya proizvodstvenno-finansovoj deyatelnost'yu predpriyatiya: monografiya / A.V. Mishchenko, A.V. Pilyugina. — Moskva: INFRA-M, 2023.
4. Ol'kova, A. E. Finansovoe modelirovanie investicionnyh projektov: uchebno-metodicheskoe posobie / A. E. Ol'kova. - Moskva: Izdatel'skij dom «Delo» RANHiGS, 2020. - 80 s.

© Т.А. Каримов, Е.Г. Хайруллина, 2022



Ссылка на статью: Каримов Т.А., Хайруллина Е.Г. - Методы финансового планирования и прогнозирования // Вести научных достижений. Экономика и право. – 2022. - №14. – С. 350 – 352. DOI: 10.36616/2686-9837_2022_14_350 URL: <https://vestind.ru/journals/economicsandlaw/releases/2022-13/articles?pdfView&page=31>

УДК 336.64

Дата направления в редакцию: 25-11-2022

Дата рецензирования: 14-12-2022

Дата публикации: 20-12-2022

Каримов Тохирджон Ашрапович*Студент Казанского кооперативного
института (филиала),**Российского университета кооперации,**E-mail: karimov7770@mail.ru***Karimov Tokhirjon Ashrapovich***Student of the Kazan Cooperative Institute (branch),**Russian University of Cooperation**E-mail: karimov7770@mail.ru***Хайруллина Екатерина Геннадьевна***Аспирант Казанского кооперативного
института (филиала),**Российского университета кооперации,**E-mail: kafedraeconom@mail.ru***Khairullina Ekaterina Gennadievna***Postgraduate student of the Kazan Cooperative**Institute (branch),**Russian University of Cooperation**E-mail kafedraeconom@mail.ru*

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УЛУЧШЕНИЮ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

RECOMMENDATIONS FOR IMPROVING THE SYSTEM OF STRATEGIC FINANCIAL PLANNING AT THE ENTERPRISE

Аннотация (на рус). В статье рассматриваются основные рекомендации по улучшению системы стратегического финансового планирования на предприятии. Одним из основных мероприятий предлагается методика построения финансовой стратегии, а также практические рекомендации по внедрению системы стратегического финансового планирования на предприятии.

Abstract (in Eng). The article discusses the main recommendations for improving the system of strategic financial planning in the enterprise. One of the main activities proposed is a methodology for building a financial strategy, as well as practical recommendations for the implementation of a strategic financial planning system in an enterprise.

Ключевые слова: планирование, прогнозирование, финансовое планирование, стратегическое финансовое планирование.

Keywords: planning, forecasting, financial planning, strategic financial planning.

Одним из основных мероприятий предлагается методика построения финансовой стратегии, а также практические рекомендации по внедрению системы стратегического финансового планирования на предприятии.

По результатам проведенного анализа и выявленных проблем можно сказать, что финансовая система на примере ООО «Казанская электрощитовая компания» нуждается в совершенствовании стратегического финансового планирования. В связи с этим, рекомендуется внедрить инструмент бюджетирования, как способа эффективного финансового планирования стратегического развития организации.

Целью бюджета является детальное отражение всех доходов и расходов компании. При разумном бюджете руководитель имеет

возможность принимать соответствующие решения для улучшения финансов организации и достижения ее целей. См. таблицу 1 для примера реализации бюджетного плана в торговой отрасли.

Таблица 1 – График бюджетного процесса в ООО «Казанская электрощитовая компания»

Мероприятие	Источник информации	Ответственные лица
1	2	3
Согласование бюджетных форм	Нормативные акты, бюджеты предыдущих периодов	Заместитель генерального директора по финансам
Составление бюджета продаж: планирование формирование политики	Маркетинговые исследования, статистические данные, аналогичная информация за предыдущий период	Заместитель генерального директора по. производству. Начальники складов
Бюджет оплаты труда: - формирование численности; - формирование фонда; - заработной платы; - формирование социального пакета	Результаты расчета об объемах оказываемых услуг в бюджете продаж, нормативы премирования, прогноз персональных надбавок единая тарифная сетка, списочная численность работников, личные дела работников	Отдел по кадрам и социальному обеспечению
Составление бюджета себестоимости: формирование плана расходов связанных с оказанием транспортных услуг и складской переработки	Данные предыдущих бюджетов с использованием алгоритмов, определяемых принятой методикой исчисления себестоимости. Бюджет продаж	Начальники складов. Инженерно-техническая служба
Бюджет общепроизводственных и управленческих расходов: обеспечение производственной инфраструктуры, офисное и транспортное обеспечение, формирование плана расходов на экологию, расходы по налоговым платежам, формирование плана расходов на развитие информационных систем и обеспечения связью и оргтехникой	Потребности предприятия, бюджеты предыдущих периодов	Отдел материально-технического снабжения. Бухгалтерия
Составление прогнозного отчета о финансовых результатах	Операционные бюджеты	Бухгалтерия, планово-экономического отдел
Составление прогнозного платежного бюджета	Операционные	Бухгалтерия, планово-экономического отдел
Составление прогнозного баланса	Операционные бюджеты	Бухгалтерия. Планово-экономический отдел

На первом этапе формы бюджета изменяются в соответствии с бюджетным планом. Бюджетный план компании основан на прошлой политике и бюджетах. Ответственность за представление бюджета возлагается на заместителя главного финансового директора.

На втором этапе происходит развитие показателей в зависимости от того, как осуществляется инвестирование. Планы, связанные с ростом проекта и планами ценообразования, выполняются на основе анализа рынка, данных об активах и данных предварительного сравнения. Ответственность за представление бизнес-бюджета лежит на заместителе директора по торговле.

На третьем этапе анализируются оперативные отчеты сотрудников. На основании этих данных рассчитывается бюджет платежей. Создание количества сотрудников, создание счета заработной платы и создание социальной структуры основаны на статистике количества рабочих мест, предлагаемых в бизнес-бюджете, личных делах и «производительности». Ответственность за представление бюджета вознаграждения лежит на начальнике штаба.

На четвертом этапе устанавливается гибкая ценовая политика, которая является частью следующего бюджета. Установление расходов, связанных с предоставлением транспортных услуг, и расходов, связанных с управлением товарно-материальными запасами, определяется на основе прошлых бюджетов, доходов от продаж и бюджетов заработной платы. Ответственность за представление бюджета лежит на менеджерах магазинов.

На пятом этапе происходит создание ценностного предложения и рассчитывается политика затрат по каждому магазину сети. На основе этих данных рассчитывается бюджет с учетом эксплуатационных расходов. Данные для составления этого бюджета берутся из предыдущих бюджетов, а также связаны с потребностями бизнеса. Ответственность за выполнение программы возложена на финансовый отдел. После подготовки всех операционных бюджетов начинается процесс подготовки форм отчета о бизнес-бюджете.

На шестом этапе подготавливается финансовый отчет о результатах.

Отчет основан на предварительно сплани-

рованном бюджете, бюджете продаж, бюджете заработной платы и общем операционном бюджете. Отвечает за финансовую отчетность таких отделов, как бухгалтерский учет и планирование, а также финансовый отдел.

На седьмом этапе создается предсказуемый бюджет. Он состоит из двух частей, это предстоящие платежи и предстоящие поступления.

Платежи также корректируются в соответствии с операционным бюджетом. В его обязанности входит встреча, подготовка и представление бюджетных сравнений и планов в финансовый отдел. В последние восемь разделов бюджета и подготовки включены корпоративные примечания. Таким образом, прогнозы — это прогнозы стоимости активов и обязательств компании с точки зрения текущих активов и резервов, а также изменений в текущем бюджете компании. Стандарты предсказуемости применяются к предыдущим бюджетам.

Отвечает за демонстрацию подробного бизнес-прогнозирования, стратегического учета и экономики. Завершенный бюджет представляет собой документ, который содержит план будущей организации.

Бюджет — это способ планирования и управления организационной деятельностью с использованием данных, которые позволяют отслеживать вклад каждого отдела и достижение целей каждым менеджером.

Разработка и внедрение стратегий бюджетирования в ООО «Казанская электрошито-вая компания» позволит решать следующие задачи:

- 1) лучшее планирование бюджета продаж;
- 2) продвигать разумный бюджет;
- 3) подготовиться к финансовым кризисам.

Библиография

1. Финансовое планирование и бюджетирование: учебное пособие / В.Н. Незамайкин, Н.А. Платонова, И.М. Поморцева [и др.]; под ред. В.Н. Незамайкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 112 с.
2. Финансовое планирование и прогнозирование: учебное пособие / Е.А.Разумовская, М.С. Шуклин, В. И. Баженова, Е.С. Панфилова; под общ. ред. Е.А.Разумовской; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. - Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2017. - 284 с.
3. Мищенко, А. В. Методы финансового планирования и оценки эффективности управления производственно-финансовой деятельностью предприятия: монография / А.В. Мищенко, А.В. Пилюгина. — Москва: ИНФРА-М, 2023.
4. Олькова, А. Е. Финансовое моделирование инвестиционных проектов: учебно-методическое пособие / А. Е. Олькова. - Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2020. - 80 с.

References

1. Finansovoe planirovanie i byudzhetrovanie: uchebnoe posobie / V.N. Nezamajkin, N.A. Platonova, I.M. Pomorceva [i dr.]; pod red. V.N. Nezamajkina. — 2-e izd., ispr. i dop. — Moskva: INFRA-M, 2023. — 112 s.
2. Finansovoe planirovanie i prognozirovanie: uchebnoe posobie / E. A. Razumovskaya, M. S. Shuklin, V. I. Bazhenova, E.S. Panfilova; pod obshch. red. E. A. Razumovskoj; M-vo obrazovaniya i nauki Ros. Federacii, Ural. feder. un-t. - Ekaterinburg: Izd-vo Ural'skogo un-ta, 2017. - 284 s.
3. Mishchenko, A. V. Metody finansovogo planirovaniya i ocenki effektivnosti upravleniya proizvodstvenno-finansovoj deyatel'nost'yu predpriyatiya: monografiya / A.V. Mishchenko, A.V. Pilyugina. — Moskva: INFRA-M, 2023.
4. Ol'kova, A. E. Finansovoe modelirovanie investicionnyh proektov: uchebno-metodicheskoe posobie / A. E. Ol'kova. - Moskva: Izdatel'skij dom «Delo» RANHiGS, 2020. - 80 s.

© Т.А. Каримов, Е.Г. Хайруллина, 2022



Ссылка на статью: Каримов Т.А., Хайруллина Е.Г. - Рекомендации по улучшению системы стратегического финансового планирования на предприятии // Вести научных достижений. Экономика и право. – 2022. - №14. – С. 353 – 356. DOI: 10.36616/2686-9837_2022_14_353 URL: <https://vestind.ru/journals/economicsandlaw/releases/2022-14/articles?pdfView&page=34>

УДК 343

Дата направления в редакцию: 04-10-2022

Дата рецензирования: 14-11-2022

Дата публикации: 20-12-2022

Нафикова Гульнара Айдаровна
Университет управления ТИСБИ, г. Казань
E-mail: pravovoy-status.kzn@yandex.ru

Nafikova Gulnara Aydarovna
TISBI Management University, Kazan
E-mail: pravovoy-status.kzn@yandex.ru

МЕДИЦИНСКИЙ РАБОТНИК – ЯВЛЯЕТСЯ СУБЪЕКТОМ ДОЛЖНОСТНОГО ПРЕСТУПЛЕНИЯ?

HEALTH CARE PROFESSIONAL - IS THE SUBJECT OF A MALFEASANCE?

Аннотация (на рус). Статья посвящена вопросу непрекращающегося многолетнего спора среди правоведов можно ли статус должностного лица при квалификации преступлений, применять в отношении медицинских сотрудников. Отмечается отсутствие единого универсального понятия должностного лица применительного к различным сферам общественной деятельности и как следствие, возможность ошибок в квалификации.

Abstract (in Eng). The article is devoted to the issue of an ongoing long-term dispute among legal scholars whether the status of an official in the qualification of crimes can be applied to medical officers. There is no single universal concept of an official applicable to various spheres of public activity and, as a result, the possibility of mistakes in qualifications.

Ключевые слова: медицинский сотрудник, должностное лицо, здравоохранение, медицина, злоупотребление, корысть.

Keywords: medical officer, official, healthcare, medicine, abuse, self-interest.

В русле научного освещения вопроса должностных преступлений в сфере здравоохранения стоит начать с описания термина «должностное лицо», которое встречается в различных нормативных актах и имеет различное толкование, что приводит к разночтениям.

Законодатель не имеет единого универсального понятия и дает различное понимание должностному лицу в различных отраслях права:

должностное лицо (Федеральный закон от 02.05.2006 N 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации»);

должностное лицо ФССП России («Методические рекомендации по порядку привлечения к административной ответственности лиц, совершивших административные пра-

вонарушения, отнесенные к подведомственности ФССП России» (утв. ФССП России 04.06.2012 N 07-12));

Должностные лица таможенных органов (Федеральный закон от 21.07.1997 N 114-ФЗ «О службе в таможенных органах Российской Федерации»);

Должностное лицо (Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ) и т.д.

Медицина является специфической сферой деятельности, в которой право на осуществление медицинской деятельности и фармацевтической деятельности регламентировано ст. 69 Федерального закона от 21.11.2011 N 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации».

Статья 73 ФЗ № 323-ФЗ в обязанности медицинского работника включает «1) оказы-

вать медицинскую помощь в соответствии со своей квалификацией, должностными инструкциями, служебными и должностными обязанностями».

Здесь встает вопрос о разграничении служебных и должностных обязанностей медицинского работника для правильной квалификации правонарушений и преступлений, совершаемых медицинскими работниками.

Федеральный закон № 323-ФЗ в статье 2 разъясняя понятие медицинского работника понимает под ним физическое лицо, которое имеет медицинское или иное образование, работает в медицинской организации и в трудовые (должностные) обязанности которого входит осуществление медицинской деятельности, либо физическое лицо, которое является индивидуальным предпринимателем, непосредственно осуществляющим медицинскую деятельность.

По логике законодателя, трудовые обязанности, закрепленные в трудовом договоре, являются должностными. В трудовых договорах зачастую в обязанности медицинского работника включается обязанность исполнять трудовую функцию по определению должности, закрепленную в должностной инструкции.

Понятие обобщенной трудовой функции встречается в Приказе Минтруда России от 29.04.2013 N 170н «Об утверждении методических рекомендаций по разработке профессионального стандарта» [4], под которой понимается совокупность связанных между собой трудовых функций, сложившаяся в результате разделения труда в конкретном производственном или (бизнес) процессе.

Объективная сложность заключается в смешении понятий по функциональной направленности и иерархии трудовых обязанностей и возлагаемых функций.

Как отмечает Т.Н.Петрова «статус должностного лица в сфере медицинской деятельности легко определяется у представителей администрации медучреждений. К таковым «автоматически» относятся руководители всех уровней (главный врач или директор, заведующий отделением, начальник лаборатории) и их заместители. Вместе с тем выявление в деятельности других медицинских работников, не занимающих руководящие

или административные должности, функций, характерных для должностного лица согласно примечанию 1 к ст. 285 УК РФ, приводит к весьма противоречивым решениям, следовательно, к неоднозначной квалификации содеянного ими» [3].

Критерий для оценки статуса должностного лица медицинского работника не определен законодательно четко и верно, и как нам представляется, необходимо обращать внимание в данном случае на особенности регулирования труда медицинских работников через призму характера их профессиональной деятельности.

Интересный пример был приведен в средствах массовой информации и проанализирован М. С. Матейковичем и Е. А. Матейковичем.

К ответственности по статье о злоупотреблении должностными полномочиями (ст.285 УК РФ) была привлечена заведующая родильным отделением больницы в Ялutorовске, которая скрыла от роженицы факт рождения мертвого ребенка.

В ходе следствия было установлено, что заведующая отделением скрыла факт рождения мертвого младенца, чтобы не портить статистику [1].

Согласно статье 285 УК РФ использование должностным лицом своих служебных полномочий вопреки интересам службы, если это деяние совершено из корыстной или иной личной заинтересованности и повлекло существенное нарушение прав и законных интересов граждан или организаций либо охраняемых законом интересов общества или государства.

Рассмотренную ситуацию можно считать совершенной корыстной или иной личной заинтересованности, так как по результатам статистических данных дается оценка медучреждений.

Следует согласиться с мнением А. И. Кондина, что необходимо внести изменения в уголовный закон, дополнив статью 285.4 «Соккрытие преступлений от учёта» [2].

Таким образом, в трудовые (должностные) обязанности медицинского работника входит осуществление медицинской деятельности – осуществление трудовой функции, возложенной должностными инструкциями.

Для привлечения медицинского работника к уголовной ответственности по ст.285 УК РФ необходимо обращать внимание на характер самого преступления, его направленность, через призму возлагаемой трудовой функции, в случае ее нарушения.

Библиография

1. Заведующая родильным отделением в Тюменской области скрыла от матери смерть ребенка, чтобы не портить статистику // URL: <https://www.interfax-russia.ru/ural/news/zaveduyushchaya-rodilnym-otdeleniem-v-tyumenskoj-oblasti-skryla-ot-materi-smert-rebenka-htoby-ne-portit-statistiku> (Дата обращения: 12.11.2022)
2. Кондин А.М. Квалификация сокрытия преступлений от учета // Вестник Омского университета. Серия «Право». 2016. № 3 (48). С. 208–212.
3. Петрова Т.Н. Особенности квалификации халатности в профессиональной деятельности медицинских работников // Медицинское право. 2017. N 5. С. 29 - 32.
4. Приказ Минтруда России от 29.04.2013 N 170н «Об утверждении методических рекомендаций по разработке профессионального стандарта» // Бюллетень трудового и социального законодательства РФ. – 2013. - N 8.

References (transliterated)

1. Zaveduyushhaya rodil`ny`m otdeleniem v Tyumenskoj oblasti skry`la ot materi smert` rebenka, chtoby` ne portit` statistiku // URL: <https://www.interfax-russia.ru/ural/news/zaveduyushchaya-rodilnym-otdeleniem-v-tyumenskoj-oblasti-skryla-ot-materi-smert-rebenka-htoby-ne-portit-statistiku> (Data obrashheniya: 12.11.2022)
2. Kondin A.M. Kvalifikaciya sokry`tiya prestuplenij ot ucheta // Vestnik Omskogo universiteta. Seriya «Pravo». 2016. № 3 (48). S. 208–212.
3. Petrova T.N. Osobennosti kvalifikacii xalatnosti v professional`noj deyatel`nosti medicinskix rabotnikov // Medicinskoe pravo. 2017. N 5. S. 29 - 32.
4. Prikaz Mintruda Rossii ot 29.04.2013 N 170n «Ob utverzhdanii metodicheskix rekomendacij po razrabotke professional`nogo standarta» // Byulleten` trudovogo i social`nogo zakonodatel`stva RF. – 2013. - N 8.

© Г.А. Нафикова, 2022



Ссылка на статью: Нафикова Г.А. - Медицинский работник – является субъектом должностного преступления? // Вести научных достижений. Экономика и право. – 2022. - №14. – С. 357 – 359. DOI: 10.36616/2686-9837_2022_14_357 URL: <https://vestind.ru/journals/economicsandlaw/releases/2022-14/articles?pdfView&page=38>