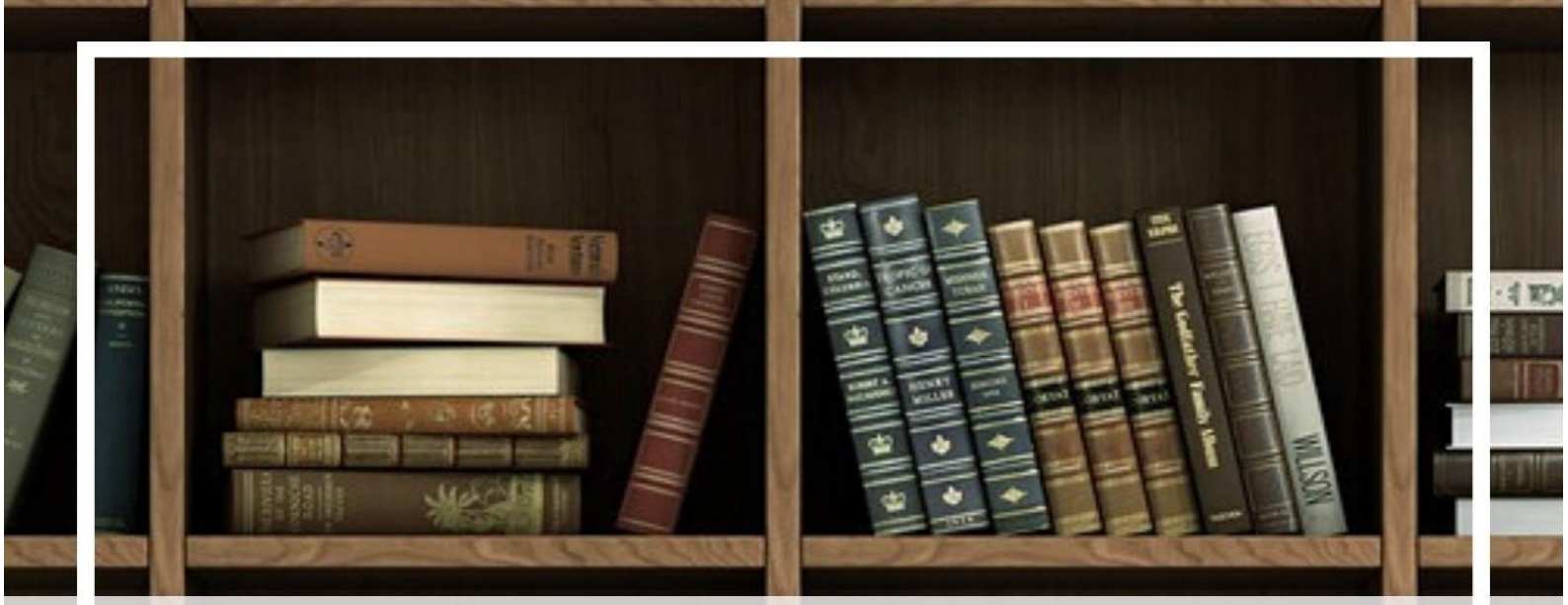
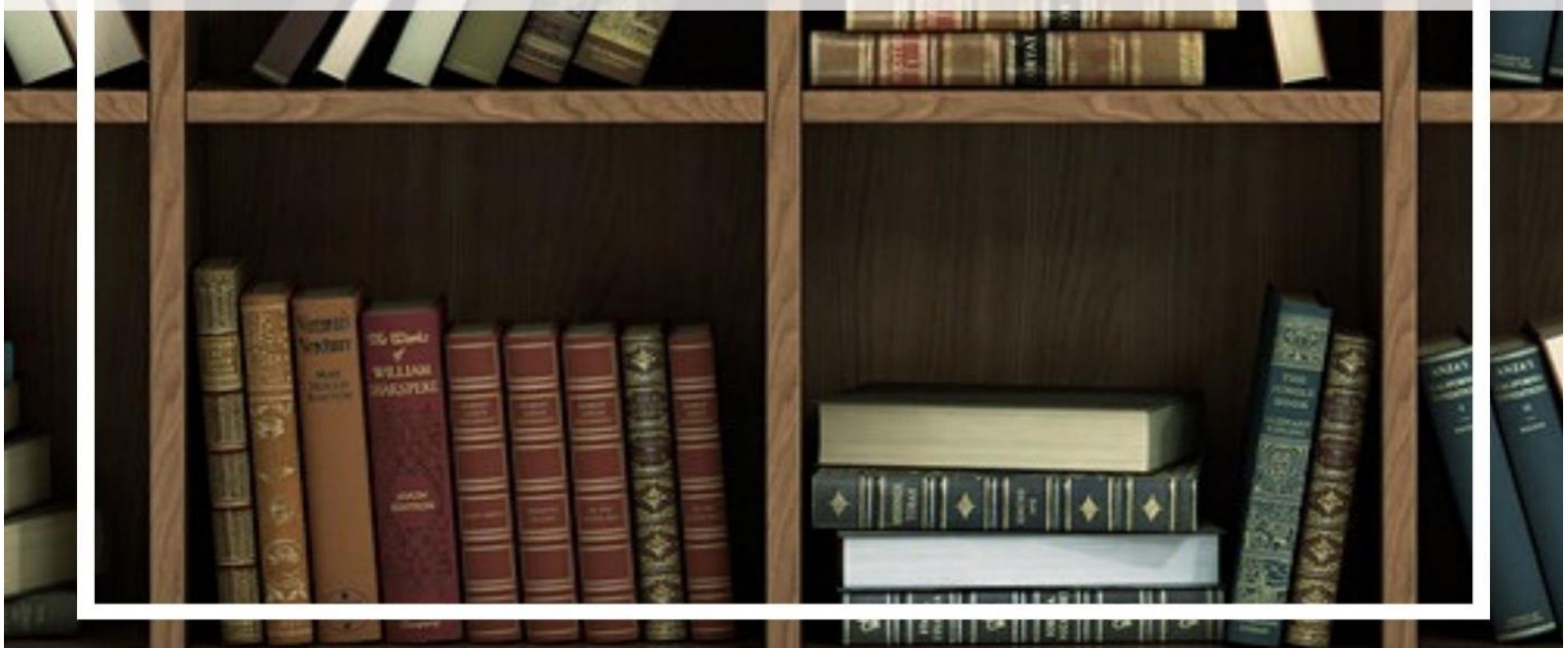


НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ: ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ ПО МАТЕРИАЛАМ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

www.scipro.ru



НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА

Научные исследования и разработки: приоритетные направления и проблемы развития

Сборник научных трудов
по материалам Международной научно-практической конференции

15 мая 2021 г.

www.scipro.ru
Москва, 2021

УДК 001
ББК 72

Главный редактор: Н.А. Краснова
Технический редактор: Ю.О.Канаева

Научные исследования и разработки: приоритетные направления и проблемы развития: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, 15 мая 2021 г., Москва: Профессиональная наука, 2021. –62 с.

ISBN 978-1-008-95263-8

В сборнике научных трудов рассматриваются актуальные вопросы развития экономикики, политологии, юриспруденции, технических наук и т.д. по материалам Международной научно-практической конференции **«Научные исследования и разработки: приоритетные направления и проблемы развития»**, состоявшейся 15 мая 2021 г. в г. Москва.

Сборник предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все включенные в сборник статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте www.scipro.ru.

При верстке электронной книги использованы материалы с ресурсов: PSDgraphics

УДК 001

ББК 72

ISBN 978-1-008-95263-8
9 781008 952638

© Редактор Н.А. Краснова, 2021

© Коллектив авторов, 2021

© Lulu Press, Inc.

© НОО Профессиональная наука, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. КУЛЬТУРОЛОГИЯ 5

Sursembaeva A.A., Zelenina E.D. Limericks in the English folklore 5

СЕКЦИЯ 2. ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ 8

Асеева А.Р. Эффективность использования интерактивных технологий для формирования иноязычных коммуникативных навыков на старшем этапе обучения 8

Есикова Л.А., Красавина А.В. Формирование имиджа и бренда образовательной организации в сети Интернет 16

СЕКЦИЯ 3. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ 22

Дон С.О., Минеева В.М. Взаимосвязь судебно-бухгалтерской экспертизы и налогового контроля в действии 22

Ильина С.И. Управление бизнесом с помощью построения модели бизнес-процессов 38

Репина А.А. Достижение успеха на рынке брендом ювелирных изделий «Bvlgari» путем реализации модели "Золотого круга" Саймона Синека 42

Чернацкая М.В. Становление и стратегия развития бренда ювелирных изделий «Boucheron» 48

Musikhin V.I. Determination of the Enterprise Competitiveness Factors 52

СЕКЦИЯ 4. ЮРИСПРУДЕНЦИЯ 57

Кондрахина Г. В. Актуальные проблемы развития приказного производства в гражданском процессе 57

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

СЕКЦИЯ 1. КУЛЬТУРОЛОГИЯ

УДК 821.111

Sursembaeva A.A., Zelenina E.D. Limericks in the English folklore

Sursembaeva Aigul Asangyzy,
teacher,
Taraz Regional University named after M. H. Dulati
Zelenina Ekaterina Dmitrievna,
student of group SHT-20-2
Taraz Regional University named after M.Kh. Dulati

Abstract. *This article briefly and clearly describes the essence of the English limericks, their origin, features and structure, and also a brief comparison of the limericks with Russian ditties.*
Keywords*: limericks, English folklore, folklore genre*

Limerick is a wonderful phenomenon in English poetry, a special kind of short playful poems loved by children and adults, which appeared in England in the early years of the 18th century. The name comes from the Irish city of Limerick, but the connection between the city and the poems, which began to be called since 1896, is not exactly known. Limerick easily remembered because of its simplicity and for them characteristic pun and usage of neologisms. However, many researchers with confidence say that the prototypes of limerick are short Irish songs, sung during feasts in the city of Limerick.

"The Father of limerick" was **Edward Lear**. Edward Lear - a wonderful poet, artist, founder and the brightest representative of nonsense poetry. He was born on the 12th May, 1812 in a family of London stockbroker Jeremy Lear.

There are three versions of origin of the limerick:

- **The first version** of origin appeared from the name of the Limerick city, located in Ireland;
- **The second version** of the origin appeared from the word Limerick under the name of their most famous writer - Edward Lear;
- **The third version** of the origin appeared from the Irish word "a merry lay", which means "happy song".

Most of people follow the first version and it has a number of reasons. Firstly, among the citizens of the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland, the Irish are known for their cheerful temper. Secondly, it is possible that, being away from home, missing his native land, the soldiers compose humorous songs to cheer themselves and their colleagues. Thirdly, this version

is the most interesting and mysterious, giving the reason for our imagination to express themselves. Moreover, it is very similar to a feature of limerick.

Writers such as Lewis Carroll, Rudyard Kipling, John Galsworthy, Mark Twain, Arnold Bennett composed the limerick, but there are many limericks, which authorship has not been established. Moreover, today in many English-speaking countries comic contests become widespread.

The form of limerick is strictly fixed. It consist of five anapestic (AABBA) lines. In the first and second lines, usually describe heroes and where they live. The third and fourth lines usually short; these lines narrate strange and sometimes incredible events. The fifth line is the longest and the funniest (sometimes it looks like the first one). The first, second, and fifth lines of limerick often contain three anapestic feet while the third and fourth lines with just two anapestic feet.

Poetic and rhythmic form of the limerick is always the same, it is based on a clear alternation of strong / _ / and weak / ~ / stresses in the line. Rhyme between the first, second and fifth lines, also rhyme between the third and fourth lines. The last words of the first and fifth lines coincide. The rhythm of the first, second and fifth lines coincides as well as between the third and fourth lines. As a rule, limerick begins with the words **"There was a ..."** which corresponds to the Russian folklore **"жил-был... "**. Not only the rhythm and melody, but also the rate of pronouncement of the limerick has a great importance for the correct emotional and semantic interpretation of the work. In general, the accelerated pronunciation of limerick

should be combined with the correct arrangement of pauses in the verse. Short pauses are usually used after the second and fourth lines. Before the fifth line a pause may be the longest.

The most interesting part of work with limerick is a translation of limerick. Limerick is translated into many languages. Excellent translations were made by **S. Marshak**. The secret of the translation is to preserve the rhyme, verse size of limerick, as well as not to lose his humorous nature.

English limericks are somewhat reminiscent of **Russian ditties**. **Ditties** is a folklore genre in which several folklore genres: the verses of the lyric song merged with the aphoristic sayings. Ditty is a short Russian folk song (quatrain), humorous content, performed at a fast pace. Ditties were usually invented by villagers for fun, but not only ordinary people, and poets such as V. Mayakovsky and S. Yesenin wrote them. They are funny, easy to remember, and in almost every limerick meets an amazing play on words. English limericks and Russian ditties are an example of a dialogue between the cultures of the Russian and English peoples.

Differences between the ditty and the limerick:

- Different quantity of lines. Limerick has five lines, ditty has usually four lines;
- Different pattern of rhyme;
- Ditty has no clear rhyme in contrast to the limerick;

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

- Ditty has more satirical meaning than limerick

Similarities between the ditty and the limerick:

- The character of both forms is humorous, fun and have a lot of nonsense;
- Ditty and limerick help to develop the imagination;
- Nonsense, humoristic character of ditty and limerick allows us to develop a sense of humor.

Chastushka	Limerick
Пять часов сидела Лиза, Нос уткнувши в телевизор, А на завтра на строке «Лебедь» вырос в дневнике!	There was an Old Man of Peru, Who dreamt he was eating his shoe. He awoke in the night, In a terrible fright, And found it was perfectly true!

Limerick is not only introduce the English language learners with gorgeous poetic patterns of typically English "absurd" humor, but is an excellent material to work on the correct phonetic organization of the English speech and in particular its rhythm.

In this way, limerick is extremely interesting genre of the English culture. Thanks to this genre each human, interested in learning of English language, may deeply learn English traditions, mentality, grammar and features of the construction of the English sentences. Learning the limerick can help to improve speaking with correct English intonation.

Библиографический список

1. Архипцев Б. Любимая пытка лимериком // Иностранная литература.- №3.- 2003.
2. http://ramot.ru/limeriki/
3. https://poets.org/poet/edward-lear
4. http://lir.ramot.ru/limeriki.htm
5. Зарубежная детская литература. Москва. «Просвещение». 1982.
6. ИЯШ// №8. 2006
7. http//www.1september.rumetodkabinet.php?Isues=eng.
8. http://www.nonsenselit.org/Lear/

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

СЕКЦИЯ 2. ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 372.881.111

Асеева А.Р. Эффективность использования интерактивных технологий для формирования иноязычных коммуникативных навыков на старшем этапе обучения

The effectiveness of the use of interactive technologies for the formation of foreign language communication skills at the senior stage of education

Асеева Анастасия Романовна,
Магистр 2 курса факультета иностранных языков,
Курский государственный университет
Aseeva Anastassia Romanovna,
Master of the 2nd grade of the faculty of foreign languages,
Kursk State University

Аннотация. *В данной статье рассматриваются интерактивные технологии и формирование коммуникативной компетенция при обучении иностранным языкам, а также выдвигается гипотеза о том, что применение данных технологий повышает мотивацию к изучению иностранных языков. Гипотеза подтверждается путем проведения вводного и выходного анкетирований в 11 классе.*
Ключевые слова: *интерактивные технологии, иноязычные коммуникативные навыки, коммуникативная компетенция, старший школьный возраст, повышение мотивации.*
Abstract. *This article discusses interactive technologies and the formation of communicative competence in teaching foreign languages, and hypothesizes that the use of these technologies increases the motivation to learn foreign languages. The hypothesis is confirmed by conducting introductory and output questionnaires in the 11th grade.*
Keywords: *interactive technologies, foreign-language communication skills, communicative competence, senior school age, increasing motivation.*

В современном мире выпускник школы должен быть готов работать как индивидуально, так и в команде, должен иметь навыки ведения переговоров и быть социально мобилен, что обеспечивает коммуникативный подход в образовании. Однако необходимо создать такие условия обучения, которые способствовали бы преодолению психологических трудностей, снятию языкового барьера при общении, поэтому возникает необходимость использования интерактивных технологий в процессе обучения иностранным языкам в СОШ [1]. Особенно это касается языков, которые изучаются меньшим количеством обучающихся, а, следовательно, применение интерактивных технологий к которым недостаточно разработано.

На данный момент проблема активного применения интерактивных технологий широко рассматривается как педагогами, так и методистами. Однако эта тема нова и не

изучена настолько основательно, как, например, традиционные методы обучения [2]. Именно поэтому сейчас не существует основательных трудов, которые рассматривали бы применение интерактивных технологий в обучении иностранным языкам, а, следовательно, подчеркивали бы факт эффективности или же неэффективности применения интерактивных методов на уроках. Поэтому **целью** нашей статьи является подтверждение или же опровержение эффективности применения интерактивных технологии при формировании иноязычных коммуникативных технологий.

Гипотеза нашего исследования предполагает, что применение интерактивных технологий позволит мотивационно интенсифицировать процесс развития речевой компетенции по английскому языкам у обучающихся 11 классов.

С целью подтверждения гипотезы, была разработана **диагностическая методика**, которая состоит из двух анкет: вводной и выходной, которые мы приводим ниже вместе с результатами анкетирования.

Вводное анкетирование

(до начала работы с детьми)

Данная диагностическая методика позволит определить до знакомства с классом, как дети сами ощущают себя, когда им приходится говорить по-английски (и приходится ли). Анкета позволит понять преподавателю ситуацию, связанную с коммуникативным компонентом в классе (развивается ли он учителем, говорят ли вообще дети по-английски). Также можно увидеть уровень мотивации к обучению говорению на английском языке.

Анкета дается на русском языке для облегчения ее выполнения детьми и сокращения времени на ее выполнение. Предназначено для 10-11 классов.

Обучающимся объясняется, что сейчас они получат анкету, в которой им нужно будет отвечать «Да» или «Нет». Время выполнения - 4 минуты, так как это экспресс-анкетирование. Имя и фамилию дети могут не указывать, так как нам нужны ответы лишь для того, чтобы оценить ситуацию в классе.

Анкета «Do you speak English?»

Прочитайте задание и обведите «1» или «2». На выполнение задания у Вас есть 4 минуты.

1) Часто ли Вы разговариваете на английском языке на уроке?
    1. Да
    2. Нет
2) Устраивали ли Вы когда-либо в классе дискуссии, круглые столы и т.п. на уроке английского языка?
    1. Да
    2. Нет

3) Готовили ли Вы когда-либо на английском языке развернутый монологический ответ?
    1. Да
    2. Нет
4) Чувствуете ли Вы себя комфортно, когда Вам приходится говорить по-английски?
    1. Да
    2. Нет
5) Способны ли Вы, если понадобится, спонтанно ответить на английском языке, если к Вам обратится иностранец?
    1. Да
    2. Нет
6) Считаете ли Вы, что Вашего уровня владения английским языком достаточно для того, чтобы, например, переехать в Англию?
    1. Да
    2. Нет
7) Хотели бы Вы разговаривать по-английски?
    1. Да
    2. Нет
8) Считаете ли Вы, что разговаривать на иностранном языке – необходимый аспект Вашего дальнейшего становления в качестве специалиста в какой-либо сфере?
    1. Да
    2. Нет

Вопросы 1, 2 и 3 дают возможность увидеть, говорят ли дети вообще в классе. Вопросы 7 и 8 позволяют увидеть уровень мотивации к изучению английского языка. А вопросы 4-6 показывают то, как обучающийся чувствует себя при разговоре на иностранном языке (придется ли «ломать» языковой барьер, придется ли усиленно помогать детям психологически при переходе на разговор по-английски, и нужно ли вообще учителю уделять время, разъясняя то, как говорить, какие техники использовать, чтобы «разговориться»). Полученные данные можно представить в виде сводной таблицы либо шкал, задавая в качестве первой шкалы «Работа в классе» (вопросы 1, 2, 3), «Мотивация» (вопросы 7, 8) и «Комфорт» (вопросы 4-6). За 100% можно брать весь класс, все остальное высчитывать в зависимости от количества человек, выбравших ответ «Да» в заданной рубрике. Например, в классе (группе) у нас 13 человек. В группе вопросов «Работа в классе» за 100% мы берем с Вами 39 ответов (13 человек умножаем на 3 вопроса). Предположим, отвечая на вопрос 1, 9 из 13 человек выбирает «да», отвечая на 2 вопрос – 4 из 13, на 3 – 5

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

из 13. Считаем сколько всего вышло ответов «да» в группе «Работа в классе»: 9+4+3=16. Теперь необходимо выяснить в процентах, сколько человек считает, что работа в классе по говорению проводилась регулярно. Для этого составляем пропорцию:

39 _____ 100%

16 _____ x%

где x – искомый процент обучающихся, считающих, что работа по говорению в классе проводилась. Решаем полученное уравнение:

x=16*100/39

x=41,0256...

Округляем полученное число до целого: 41. Делаем вывод, что 41% обучающихся утверждают, что подобные занятия проводились. Заносим данные в таблицу или диаграмму.

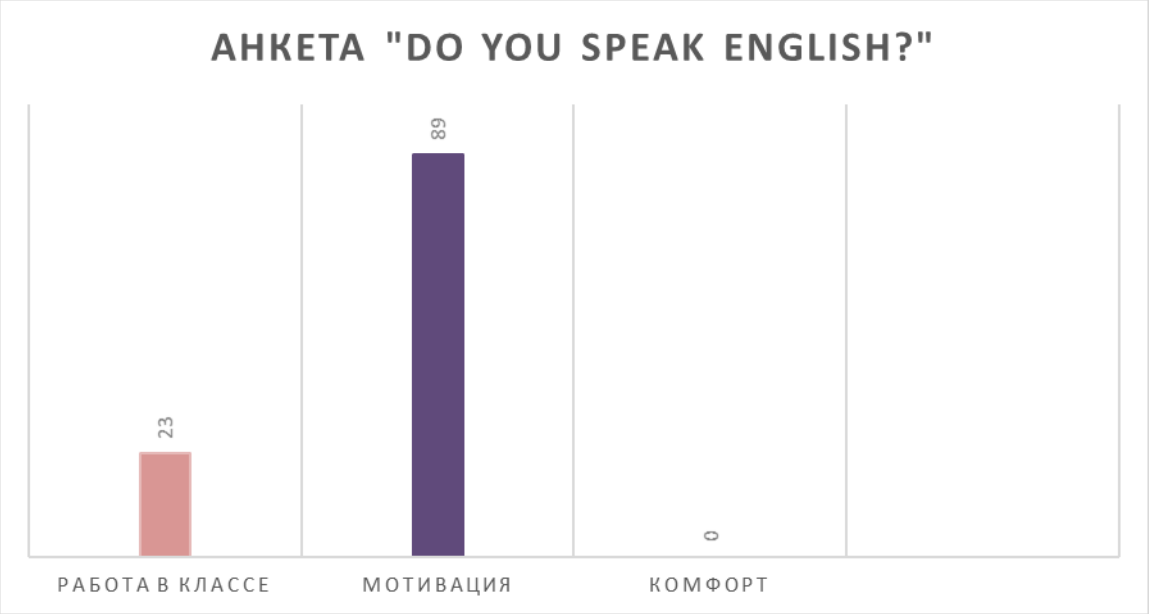
В итоге, можно выявить то, сколько человек в классе считают, что работа по улучшению навыков говорения проводилась регулярно, сколько человек чувствуют себя комфортно при процессе говорения, а сколько – являются мотивированными на изучение английского языка.

Результаты вводного исследования

Исследование проводилось 15.02.2021г. на базе МБОУ «СОШ №18» в рамках педагогической практики. В опросе приняло участие 9 человек (первая подгруппа) 11 класса А. Были выявлены следующие результаты: ни один человек не ответил положительно на 1 вопрос, на 2 вопрос лишь 2 респондента ответили «да». 3 вопрос показал, что 3 человека готовили развернутый монологический ответ, остальные – нет. 4, 5 и 6 вопросы выявили тот факт, что ни один из опрошенных не чувствует себя уверенно при разговоре на английском языке. Отвечая на 7 вопрос, 8 респондентов отметили, что хотели бы говорить на английском языке, и также 8 человек указали, что английский язык, по их мнению, станет неотъемлемой частью их профессиональной деятельности (8 вопрос).

Представим полученные данные в виде шкал (используем формулу, данную выше):

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|



Как мы можем увидеть из диаграммы, лишь 23% опрошенных считают, что они говорят на уроке английского языка, 0% респондентов указывают на то, что им комфортно разговаривать на иностранном языке, однако 89% замотивированы на изучение английского языка в будущем. Из данного опроса можно сделать вывод, что в школе обучающиеся не уделяют должного внимания языку, у них есть языковой барьер, с которым придется «бороться», однако присутствует достаточно высокий уровень мотивации. Имея подобный уровень мотивации, школьники готовы работать, поэтому нам необходимо разрабатывать такие задания, которые позволили бы понемногу включать их в разговор на иностранном языке (задания не должны быть сложными). Но, как мы понимаем, предварительно, прежде чем выходить в речь, нужно повторить основные грамматические явления.

Выходное анкетирование

(по завершении работы с обучающимися)

Данная диагностическая методика позволит определить, как обучающиеся сами ощущают себя после работы с применением интерактивных технологий. Анкета позволит понять преподавателю, помогли ли данные технологии с преодолением (или хотя бы начали помогать) языкового барьера, повысился ли уровень мотивации к обучению говорению на английском языке, да и в общем к изучению английского языка.

Анкета дается на русском языке для облегчения ее выполнения детьми и сокращения времени на ее выполнение. Предназначено для 10-11 классов.

Обучающимся объясняется, что сейчас они получат анкету, в которой им нужно будет отвечать «Да» или «Нет». Время выполнения - 4 минуты, так как это экспресс-анкетирование. Имя и фамилию дети могут не указывать, так как нам нужны ответы лишь для того, чтобы

оценить ситуацию в классе, сравнить ее с начальными данными, полученными при вводном анкетировании, что позволит выяснить, изменились ли показатели в сравнении с начальным этапом, когда интерактивные технологии на уроке не применялись.

Следует обратить внимание, что в данном опроснике отсутствуют вопросы, связанные с работой в классе, так как данный параметр был интересен только при начале работы с обучающимися, чтобы понять, говорят ли вообще ребята на уроках английского языка.

Анкета «Do you speak English?2»

Прочитайте задание и обведите «1» или «2». На выполнение задания у Вас есть 4 минуты.

1) Интереснее ли Вам уроки с использованием интерактивных технологий, нежели обычные (традиционные уроки)?
    1. Да
    2. Нет
2) Чувствуете ли Вы, что Вам стало легче (хоть и немного) говорить на английском языке?
    1. Да
    2. Нет
3) Чувствуете ли Вы себя теперь комфортнее, когда Вам приходится говорить по-английски?
    1. Да
    2. Нет
4) Чувствуете ли Вы теперь в себе силы спонтанно ответить на английском языке, если к Вам обратится иностранец?
    1. Да
    2. Нет
5) Хотели ли бы Вы продолжить обучение английскому языку в подобном формате?
    1. Да
    2. Нет
6) Считаете ли Вы теперь, что разговаривать на иностранном языке – необходимый аспект Вашего дальнейшего становления в качестве специалиста в какой-либо сфере?
    1. Да
    2. Нет
7) Хотели ли бы Вы научиться лучше говорить по-английски?
    1. Да

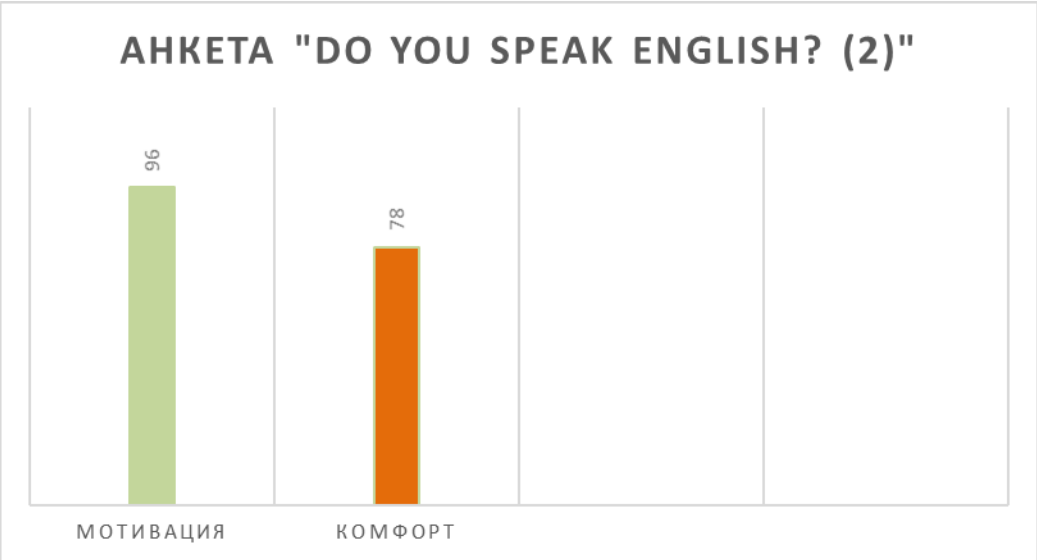
2. Нет

Результаты выходного анкетирования

Выходное анкетирование проводилось 19.03.2021г. на базе МБОУ «СОШ №18» в рамках педагогической практики в 11 классе А (приняло участие 9 человек). Целью данного анкетирования являлось выявление уровня мотивации к изучению английского языка и комфорта обучающихся при его использовании.

Результаты показали следующее: 9 из 9 опрошенных указали на то, что уроки с применением интерактивных технологий интереснее, нежели традиционные (1 вопрос). 8 респондентов, отвечая на 2 вопрос, указали, что им стало легче выражать свои мысли по-английски. 3 вопрос показал, что 6 человек чувствуют теперь себя немного комфортнее при разговоре на английском языке. 5 респондентов отметили, что теперь они что-то да смогут спонтанно ответить по-английски (4 вопрос). 6 вопрос отразил, что 8 опрошенных обучающихся считают, что английский пригодится им в работе (уровень не изменился), а вот при ответе на 5 и 7 вопросы все 11-классники указали, что хотели бы продолжить изучать английский язык в подобном формате.

Представим полученные результаты в таблице со шкалами:



Как мы можем заметить, 96% опрошенных замотивированы на дальнейшее изучение английского языка, 78% отмечают, что им стало комфортнее при разговоре на английском языке.

Если мы сравним результаты входного анкетирования и выходного, то увидим, что мотивация повысилась, что ребятам стало намного комфортнее при разговоре. Из чего мы можем сделать вывод, что применение интерактивных технологий при обучении говорению раскрепощает обучающихся, делает этот процесс комфортнее и повышает уровень мотивации.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Библиографический список

1. Анушкевич И.Г., Куприянов Л.В. Роль интерактивных занятий во внеклассной и внеурочной деятельности учащихся // Эксперимент и инновации в школе. 2013. №6. С. 46-49.

2. Гавронская Ю. Интерактивность и интерактивное обучение // Высшее образование в России. 2008. №7. – 234 с.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

УДК 37

Есикова Л.А., Красавина А.В. Формирование имиджа и бренда образовательной организации в сети Интернет

The formation of the image and of the brand of an educational organization in the Internet space

Есикова Людмила Александровна
Заведующий муниципального дошкольного образовательного учреждения г. Новосибирска «Детский сад №330 комбинированного вида «Аринушка»
Красавина Анна Викторовна
Педагог-психолог муниципального дошкольного образовательного учреждения г. Новосибирска «Детский сад № 330 комбинированного вида «Аринушка»
Esikova Lyudmila Aleksandrovna
Head of the municipal preschool educational institution of Novosibirsk " Kindergarten No. 330 combined type " Arinushka»
Krasavina Anna Viktorovna
psychologist of the municipal preschool educational institution of Novosibirsk " Kindergarten No. 330 combined type " Arinushka»

Аннотация. *Современные образовательный процесс невозможно себе представить без использования информационно-коммуникативных технологий и возможностей сети интернет. Это делает систему образования открытой и доступной, но в тоже время, эта открытость оказывает огромное влияние на формирование репутации и имиджа образовательных учреждений. В статье обращается внимание на важность создание в интернет пространстве имиджа образовательного учреждения с помощью современных коммуникативных технологий, а также формирование бренда учреждения в целях повышения его конкурентоспособности.*
Ключевые слова: *имидж, бренд, интернет пространство, интернет ресурсы, информационно-коммуникативные технологии.*
Abstract. *Impossible to imagine modern educational without the use of information and communication technologies and the Internet resources. This makes the education system open and accessible, but this openness has a huge impact on the formation of the reputation and image of educational institutions. The article draws attention to the importance of creating the image of an educational institution in the Internet space with the help of modern communication technologies, as well as the formation of the brand of the institution in order to increase its competitiveness.*
Keywords: *educational institution, image, brand, Internet space, Internet resources, information technologies.*

Использование информационно-коммуникативных технологий в образовании – неотъемлемое требование современного образовательного процесса. В России это стало особенно актуально в последний год, связанный с необходимостью перехода на дистанционные формы обучения. Этот фактор обозначил новые требования к применению

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

интернет-ресурсов в образовательных учреждениях. Уроки, конференции, семинары, родительские собрания в онлайн режиме стали нашей повседневной реальностью.

Использование современных информационных технологий в образовательном процессе делает его открытым, а доступность информации в сети интернет становится очень важным фактором формирования имиджа и репутации образовательных учреждений.

Целью нашей статьи является анализ влияния сети интернет на формирование имиджа образовательных организаций и рассмотрение принципов использования информационных технологий для создания бренда образовательного учреждения.

Бренд – это некоторая ценность, основное предназначение которой – выделить товар (услугу) на фоне конкурентов [5]. Достигается это за счет уникальных, только ему присущих характеристик, которые связаны не с материальной, а неосязаемой, эмоциональной составляющей. Бренд создает уникальный образ, стиль и имидж, что оказывает особое влияние на потребителя. Образовательное учреждение, обладающее своим брендом, своей уникальностью, является более конкурентноспобным на рынке, к нему проявляют доверие, в сотрудничестве с таким учреждением больше заинтересованы потенциальные партнеры.

О.Г. Кузьмина выделяет три составляющих, без которых невозможно существование бренда:

1. Ценности бренда, которые отражают его суть, составляют само ядро бренда, позволяющее притягивать к себе потребителя. Ценности закладывают основу для долгосрочного сотрудничества, в них отражается прежде всего выгода, получаемая самим клиентом, удовлетворение его ключевых потребностей. Образовательные организации отражают свои ценности в своих программах, принципах взаимодействия с участниками образовательного процесса.

2. Позиционирование бренда. Именно через позиционирование у потребителя формируются те ассоциации, которые складываются в четкий образ, отражают основную идею бренда. Эти идеи могут включать в себя:

- Социальные ценности (духовные и материальные, инструментальные и конечные), приоритеты личности, ее цели стремления.

- Ценность продукта, которая обладает уникальность, эксклюзивными качествами, отсутствующими у конкурентов. Продуктом образовательных организаций являются их образовательные программы, проекты и образовательные услуги, которые они оказывают.

- Гарантии и обещания, которые реализуются при успешной репутации бренда. Эти гарантии отражаются в результатах педагогической деятельности, отзывах участников образовательного процесса, а также большое значение имеет репутация каждого педагога как профессионала и всего учреждения в целом.

- Связь с культурно-историческими символами: легенды и мифы, позволяющие увязать бренд с культурой и историей общества, что создает особую ценность для потребителя. Каждая образовательная организация открыта как для родителей, так и для коллег, демонстрируя результаты своей работы на собраниях, конференциях, на сайтах и в отрытых отчетах. Из направлений работы учреждения видно, какие идеи и ценности являются основополагающими в образовательном процессе, и каждый участник образовательного процесса может сделать выводы, насколько эти ценности ему близки и понятны.

3. Символика бренда. Она воплощает в себе ценности и позиционирование, вызывает ассоциации, играет роль представительного характера, но не менее важного, чем все остальные элементы. Символика должна быть понятна и легко воспринимаема. Каждая образовательная организация обладает своими внешними атрибутами: эмблемой, которая отражает ее особенность; сайтом, внешний вид которого является визитной карточкой организации; собственная газета.

Обращая внимание на эти компоненты, образовательная организация формирует свой уникальный образ. Также следует отметить, что немаловажную роль в формировании бренда учреждения играет образ руководителя (знание и понимание стратегии развития образования, различных технологий образования и обучения, личная харизма и умение взаимодействовать) и педагогического персонала (образование, квалификация, педагогическая компетентность, жизненные ценности).

С развитием использования в образовании информационно-коммуникативных технологий, неотъемлемой частью работы образовательных организаций становится создание образа учреждения в сети интернет. При этом, виртуальный имидж – это многокомпонентная структура, которая включает в себя как целенаправленно созданные ресурсы (сайт образовательного учреждения, виртуальные портфолио педагогов, информационные каналы (YouTube, Instagram), видеотрансляции и участие в виртуальных профессиональных мероприятиях), так и выложенные в сеть Интернет незапланированно (отзывы и публикации родителей, сотрудников, социальных партнеров, СМИ). Также на имидж учреждения оказывает влияние этика делового общения педагогов в сети Интернет (мессенджерах, социальных сетях, родительских чатах).

Основной целью создания позитивного имиджа учреждения в сети интернет является реализация каких-либо представлений об учреждении для улучшения конкурентной позиции организации.

Основными задачами создания благоприятного имиджа учреждения является:

- Обеспечение доверия со стороны участников образовательного процесса (родителей, детей, педагогов), а также социальных партнеров;

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

- Создание индивидуальности организации, выделение ее особенностей, идей, ценностей, общественной значимости;

- Способствовать успеху организации, повышение его рейтинга среди образовательных учреждений.

Обозначим средства продвижения в интернет-пространстве, влияющие на формирование имиджа в сети интернет.

Официальный сайт учреждения. За последнее десятилетие сайт стал обязательным требованием для всех образовательных учреждений. Не смотря на общие требования, каждое учреждение создает свой уникальный сайт, соответствующий его специфике. Именно на официальном сайте размещается вся основная информация: образовательная программа, нормативная документация, презентация педагогического состава, новости и события. Сайт – это главная возможность презентовать учреждение в интернет пространстве, показать свою уникальность, главные достоинства.

Электронные портфолио и профессиональные сайты педагогов. Личное пространство в сети позволяет современному педагогу грамотно организовать свою педагогическую деятельность и применять современные информационные технологии в своей деятельности. Сайт педагога обладает собственной уникальной структурой, выступая и как портфолио, и как информационно-методический ресурс, и как интерактивное пространство. Профессиональный сайт и портфолио показывают уровень владения педагога информационно-коммуникативными технологиями, отражая особенности его профессионализма и личностные ценности [6].

Социальные сети. Практически каждый современный человек имеет учетную запись в какой-либо социальной сети (Facebook, Instagram, Вконтакте, Одноклассники и др.). В социальных сетях удобно получать нужную информацию и передавать ее друг другу. Ведение профессиональных групп и сообществ в социальных сетях открывает разнообразные возможности для коммуникации, привлечения внимания к важным событиям, позволяют публиковать информацию в реальном времени, вести видеотрансляции и сразу же получать обратную связь.

Родительские и профессиональные чаты. Общение с помощью мессенджера и социальных сетей выстраивается двумя способами: чат, то есть включение в него сразу несколько участников, либо общение с желаемым абонентом обособленно (личные сообщения). Педагог, участвующий в таких чатах, должен соблюдать особые правила деловой переписки, быть тактичным и деликатным в общении, избегать эмоциональных оценок и внимательно относиться к пересылаемым сообщениям, так как даже личная переписка может быть сохранена и выложена в открытый доступ. Родительские и профессиональные чаты – это, прежде всего, ресурс для быстрого обмена информацией.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Онлайн конференции, конкурсы, семинары. Участие в дистанционных формах обучения, профессиональных конкурсах, семинарах и конференциях открывает новые возможности самореализации: повышать свой профессиональный уровень при условии болезни, участие в междугородних и международных конкурсах и конференциях без командировок, получение любого дополнительного образования в режиме реального времени, не прерывая педагогическую деятельность. В тоже время, необходимо также обращать особое внимание на качество материала, который педагог публикует в общий доступ, так как эти материалы имеют очень важное значение как для профессионального роста педагога, так и для всего образовательного учреждения, так как являются общедоступными абсолютно для каждого пользователя.

Таким образом, только профессиональное использование всех вышеперечисленных ресурсов создает имидж в сети интернет, позволяющий благоприятно влиять на развитие концепции учреждения как качественного бренда.

Подводя итог, можно сделать вывод, что доступность информации в сети интернет оказывает огромное влияние на образовательный процесс в современной педагогической системе. Быстро развивающиеся технологии дают педагогам больше возможностей для совершенствования процесса обучения, но, в тоже время, накладывает огромную ответственность за качество создаваемый материал. Любая информация, находящаяся в интернет пространстве, является неотъемлемой составляющей репутации и формирования образа бренда образовательного учреждения. Для создание позитивного имиджа образовательной организации в интернет пространстве необходимо качественно использовать информационные ресурсы и современные технологии, следить за качеством опубликованной в открытом доступе информации и мониторить информацию об учреждении в СМИ и отзывы различных пользователей. Благодаря созданию уникально бренда с помощью интернет-ресурсов, образовательная организация сохраняет свою конкурентоспособность в условиях современных требований образовательной системы.

Библиографический список

1. Дачаева М.Д. Имидж организации как инструмент повышения ее конкурентоспособности // Современные научные исследования и инновации. 2017. № 4 [Электронный ресурс]. URL: https://web.snauka.ru/issues/2017/04/80570 (дата обращения: 23.04.2021).

2. Клименко, О. А. Социальные сети как средство обучения и взаимодействия участников образовательного процесса / О. А. Клименко. –Текст непосредственный // Теория и практика образования в современном мире: материалы I Междунар. науч. конф.

(г. Санкт-Петербург, февраль 2012 г.). – Т. 2. – Санкт-Петербург: Реноме, 2012. – С. 405–407. – URL: https://moluch.ru/conf/ped/archive/21/1799/ (дата обращения: 23.10.2020)

3. Карпенко, Н. Н. Дистанционное общение педагогов и родителей посредством контактных групп в сети интернет / Н. Н. Карпенко, Т. Н. Полищук. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 44 (334). – С. 5-7. – URL: https://moluch.ru/archive/334/74681/ (дата обращения: 26.04.2021).

4. Кузьмина О. Г. Использование интернет технологий в создании и развитии образа бренда / Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2014. - № 1. – С. 111-126.

5. Кузьмина О. Г. Формирование имиджа бренда в интернет пространстве: социолингвистические и социально-психологические технологии / О.Г. Кузьмина // Вопросы теории и практики журналистики. – 2015. Т. 4. № 4. – С. 431-440.

6. Мартьянов, Е. Ю. Этика педагога в интернет-пространстве: методические рекомендации и этические основания создания персональных сайтов учителя / Е. Ю. Мартьянов. – Текст : непосредственный // Школьная педагогика. – 2015. – № 1 (1). – С. 5-8. – URL: https://moluch.ru/th/2/archive/2/93/ (дата обращения: 05.05.2021).

7. Мигалко, Ю. К. Формирование бренда образовательной организации как условие повышения ее конкурентоспособности в системе образования / Ю. К. Мигалко. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 43 (333). – С. 55-59. – URL: https://moluch.ru/archive/333/74471/ (дата обращения: 05.05.2021).

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

СЕКЦИЯ 3. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 33

Дон С.О., Минеева В.М. Взаимосвязь судебно-бухгалтерской экспертизы и налогового контроля в действии

The relationship of forensic accounting and tax control in action

Дон Сергей Олегович
ФГБОУ ВО "Уфимский государственный нефтяной технический университет"
Минеева Вера Михайловна
ФГБОУ ВО "Уфимский государственный нефтяной технический университет"
Don Sergey Olegovich
FSBEI HE "Ufa State Petroleum Technical University"
Mineeva Vera Mikhailovna
FSBEI HE "Ufa State Petroleum Technical University"

Аннотация. *В работе раскрыта сущность судебно-бухгалтерской экспертизы и налогового контроля, а также их сравнение по видам. Показаны вопросы, которые решает судебно-бухгалтерская экспертиза и налоговой контроль.*
Ключевые слова: *Экономика, бухгалтерский учет, судебно-бухгалтерская экспертиза, налоговый контроль*
Abstract. *The paper reveals the essence of forensic accounting and tax control, as well as their comparison by type. The issues that are solved by forensic accounting expertise and tax control are shown.*
Keywords: *Economics, accounting, forensic accounting, tax control.*

Развитие социально-экономических процессов неизбежно приводит к изменению экономических и правовых отношений между хозяйствующими субъектами. В судебных делах все больше и больше затрагиваются экономические вопросы, особенно те, которые связаны с порядком и законностью регистрации. С другой стороны, с развитием судебной системы расширяется сфера деятельности бухгалтерских экспертов, и бухгалтерские эксперты часто назначаются не только по уголовным делам, но и в гражданском и арбитражном судопроизводстве.

В системе видов финансового контроля, как правило, говорят о ревизии и аудите, забывая при этом об экономической экспертизе. Она, тем не менее, занимает существенное положение в числе контрольных финансовых мероприятий, причем как на уровне государства, так и на уровне предприятий. Отчасти это обусловлено тем, что экономическая экспертиза в основном проводится в рамках судебного производства (как уголовного, так и гражданского и арбитражного). Однако данное обстоятельство не снижает актуальности проблем, связанных с ее проведением, которые возникают в силу того, что не все экспертизы могут проводиться по одинаковой методике. Являясь самостоятельным

источником доказательств, экономическая экспертиза использует приемы экономического анализа и документального контроля сведений (данных), содержащихся в первичных и сводных учетных документах, записях в регистрах бухгалтерского учета и отчетности организации (учреждения), а также других доказательствах, приобщенных к данному уголовному делу, характеризующих финансово-хозяйственные операции(ведение предпринимательской деятельности).

При рассмотрении сущности экономической экспертизы необходимо исходить из общих понятий специальных знаний в системе экономической науки, их классификации. Направлениями специальных исследований в рамках экономической экспертизы являются: бухгалтерский учет и отчетность, анализ финансово-хозяйственной деятельности, налоги и налогообложение, управление денежными потоками, дебиторской и кредиторской задолженностью, валютное регулирование и валютный контроль, страховое дело и др.

Термин судебно-экономическая экспертиза часто встречается в литературе, так как экономическая экспертиза, как правило, проводится в связи с судебным разбирательством. Такая экспертиза в основном проводится государственными экспертами. К таким организациям относятся Кафедра судебной экономики Криминального центра Министерства внутренних дел Российской Федерации (ОКЦ) (система Министерства внутренних дел Российской Федерации) и кафедра экономики Института медицинских специалистов федерального права Российской Федерации (система Министерства юстиции Российской Федерации).Помимо законов "Уголовно - процессуальный кодекс Российской Федерации"и"О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации", производство экономических специалистов в этих организациях регулируется отраслевыми нормативными актами. В системе МВД России ведется бухгалтерский учет, налоговый, финансовый анализ, финансовый кредит, в системе Минюста России ведется бухгалтерский учет, финансовый анализ. Опираясь на одни и те же источники информации в различных видах экономической деятельности, специалисты исследуют и раскрывают различные аспекты финансово-хозяйственной деятельности предприятия, вопросы бухгалтерского учета (воссоздание, учет, обобщение), налоговые вопросы (аспекты, связанные с возникновением и уплатой налогов, сборов, иных обязательных платежей в бюджет), финансово-кредитные, финансово-аналитические вопросы (поступление и уплата денежных средств) с использованием специальных методов. можно использовать.

Используя материалы экспертизы Федерального бюро экономических экспертов МВД по Пермскому краю, рассмотрим сущность бухгалтерских и налоговых экспертов и различия в их содержании и методах (табл. 1 и 2).

Учитывая, что вопрос исчисления налога, как правило, входит в компетенцию бухгалтера, вопрос специализации в бухгалтерском учете можно рассматривать более

широко и включает аспекты налогообложения. Аналогичная ошибка возникает при найме специалиста на практике. Причина кроется в содержании самого понятия "бухгалтерский и налоговый учет".

В целом бухгалтерским учетом можно назвать своеобразную информационную систему, которая необходима для формирования данных о деятельности всей организации (бухгалтерский учет) или для расчета налоговой нагрузки организации (налоговый учет).В России некоторое время эти виды учета не разделялись. Однако в процессе реформирования системы бухгалтерского учета и налоговой системы данные по формированию объектов бухгалтерского учета и методике расчета налоговой базы стали существенно отличаться, что привело к необходимости выделения нового вида бухгалтерского учета, который формально был установлен в главе 25"Налог на прибыль организаций".

Таблица 1

Данные о судебно-бухгалтерских экспертизах, проведенных ОСЭЭ ЭКЦ ГУВД Пермского края 2016-2018

Статья уголовного кодекса Российской Федерации	2016		2017		2018	
	Количество	Доля	Количество	Доля	Количество	Доля
Ст. 159 «Мошенничество»	5	0,18	4	0,16	4	0,11
Ст. 160 «Присвоение или растрата»	14	0,50	13	0,52	8	0,23
Ст. 165 «Причинение имущественного ущерба путем обмана или злоупотребления доверим»	2	0,07	1	0,04	-	-
Ст.171. «Незаконное предпринимательство»	2	0,07	-	-	7	0,20
Ст. 174 «Легализация (отмывание) денежных средств или иного имущества, приобретенных другими лицами преступным путем»	1	0,04	-	-	-	-
Ст. 176 «Незаконное получение кредита»	1	0,04	-	-	-	-
Ст. 177 «Злостное уклонение от погашения кредиторской задолжности»	1	0,04	-	-	-	-
Ст. 199 «Уклонение от уплаты налогов и сборов организации»	-	-	3	0,12	1	0,03
Ст. 199.1 «не исполнение обязанностей налогового агента»	-	-	-	-	6	0,17
Ст. 199.2 «Сокрытие денежных средств либо имущества организации или ИП, за счет которых должно производится взыска	-	-	-	-	9	0,26
Ст.201 «Злоупотребление полномочиями»	2	0,07	3	0,12	-	-
Всего	**28**	**1,00**	**25**	**1,00**	**35**	**1,00**

Статья уголовного кодекса Российской Федерации	2016		2017		2018	
	Количество	Доля	Количество	Доля	Количество	Доля
Ст. 159 «Мошенничество»	1	0,08	-	-	2	0,11
Ст. 160 «Присвоение и растрата»	-	-	-	-	1	0,06
Ст.171 «Незаконное предпринимательство»	-	-	1	0,05	-	-
Ст.198 «Уклонение от уплаты налогов и сборов от физического лица»	11	0,92	19	0,95	9	0,5
Ст.199.1 «Не исполнение обязанностей налогового агента»	-	-	-	-	5	0,28
Ст.199.2 «Сокрытие денежных средств либо имущества организации или индивидуального предпринимателя, за счет которых должно производиться взыскание налогов или сбров»	-	-	-	-	1	0,06
Всего	**12**	**1**	**20**	**18**	**1**	**1**

Подходы к формированию данных об объектах бухгалтерского учета и к расчету налоговой базы стали существенно отличаться, поэтому и возникла необходимость выделения нового вида учета, официально закрепленная в гл. 25 «Налог на прибыль организаций».

Однако еще раньше подобная необходимость возникала в отношении объектов обложения налогом на добавленную стоимость, акцизами, земельным налогом и др. С другой стороны, поменялась и сущность самой учетной работы. Если раньше в ней преобладала техническая составляющая (порядок и техника заполнения регистров учета на основе четких правил учета), то в настоящее время более важен интеллектуальный и аналитический аспект, так как техника заполнения учетных форм автоматизирована, но есть вариантность учета, которая и должна быть оценена экспертом. Таким образом, возникли разные аспекты учетной работы, требующие разных подходов к их оценке. Основные моменты, по которым различаются бухгалтерский и налоговый учеты которые как следствие должны быть рассмотрены в рамках про- ведения бухгалтерской и налоговой экспертизы, представлены в табл. 3. Как было установлено, базовыми признаками, на основе которых происходит разграничение видов экспертиз, являются предмет, объекты, методы экспертного исследования. Поэтому при исследовании будем использовать указанные критерии. Предметом экспертного исследования является круг вопросов, который может быть поставлен для разрешения в ходе экспертизы.

Необходимость в назначении и проведении бухгалтерской и налоговой экспертиз возникает, если обвиняемые по возбужденному делу лица аргументированно возражают против выводов документальной ревизии, их доводы невозможно проверить иначе, как

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

производством экспертизы, имеются существенные противоречия между выводами первичной и повторной документальных ревизий, у следователя возникают обоснованные сомнения в правильности исследования документов и самих выводов документальной ревизии, заявления других экспертов (например, строительно-технической, технологической и др.) о невозможности их выводов без заключения судебно-бухгалтерской экспертизы.

В целом предмет судебно-бухгалтерской экспертизы по делам о нарушениях в сфере экономики состоит в установлении наличия или отсутствия фактов:

- несоблюдения требований по надлежащему и своевременному документированию совершенных хозяйственных операций;

-несоблюдения установленных правил и требований к организации и ведению бухгалтерского

-учета и составлению отчетности.

-не связанные с деятельностью организации;

Использования доходов и иного имущества(активов) на цели, несоответствующие материальным интересам собственников доходов (акционеров, учредителей, работников организации);

-получения доходов как результата предпринимательской деятельности, не соблюдая условия специального разрешения (лицензии), когда наличие разрешения (лицензии) обязательно;

-использования доходов и иного имущества (активов) на личные цели распорядителя доходами от предпринимательской деятельности и/или имуществом (активами);

- использования налогов, не уплаченных в бюджетную систему Российской Федерации (бюджеты различных уровней) и государственные внебюджетные фонды, на различные цели предпринимательской деятельности.

В процессе судебно-бухгалтерской экспертизы специалисты специализированного отдела бухгалтерского учета должны установить объем тяжких последствий совершения хозяйственных операций в причинно-следственной связи с вышеуказанными факторами.

Для определения последствий преступления в экономической сфере среди специалистов по судебно-бухгалтерскому учету необходимо установить величину материальных последствий (вреда, ущерба) при оформлении первичных документов, обоснованности хозяйственных операций, осуществляемых юридическими и физическими лицами, соблюдения требований бухгалтерского учета и отчетности, то есть причинно-следственной связи с несоблюдением установленных процедур и правил:

-своевременность и достоверность составленного первичного и сводного учетных документов,

-полнота заполнения реквизитов;

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

-формирование полной и достоверной информации о деятельности организации (учреждения) и се имущественном положении для заинтересованных пользователей;

-организация и обеспечение контроля за сохранностью имущества организации (учреждения);

-предотвращение отрицательных результатов хозяйственной деятельности организации и выявление внутрихозяйственных резервов обеспечения ее финансовой устойчивости;

-соответствие организации учета, формирования учетной политики, ведения учета, своевременного представления полной и достоверной отчетности и соблюдения законодательства при выполнении хозяйственных операций.

Таблица 2

Характеристика основных параметров бухгалтерского учета

Критерий сравнения	Бухгалтерский учет	Налоговый учет
Понятие	Бухгалтерский учет представляет собой упорядоченную систему сбора, регистрации и обобщения информации в денежном выражении об имуществе, обязательствах организаций и их движении путем сплошного, непрерывного и документального учета всех хозяйственных операций.	это система обобщения информации для определения налоговой базы по налогу на основе данных первичных документов, сгруппированных в соответствии с порядком, предусмотренным НК РФ.
Объект учета	имущество организаций, их обязательства и хозяйственные операции, осуществляемые организациями в процессе их деятельности.	имущество, обязательства и хозяйственные операции организации, стоимостная оценка которых определяет размер **налоговой** базы текущего отчетного **налогового** периода или **налоговой** базы последующих периодов;
Задачи	Формирование полной и достоверной информации о деятельности организации и ее имущественном положении, необходимой внутренним пользователям бухгалтерской отчетности - руководителям, учредителям, участникам и собственникам имущества организации, а также внешним - инвесторам, кредиторам и другим пользователям бухгалтерской отчетности и обеспечение информацией, необходимой внутренним и внешним пользователям бухгалтерской отчетности для контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации при осуществлении организацией хозяйственных операций и их целесообразностью, наличием и движением имущества и обязательств, использованием материальных, трудовых и финансовых ресурсов в соответствии с утвержденными нормами, нормативами и сметами; -предотвращение отрицательных результатов хозяйственной деятельности организации и выявление внутрихозяйственных резервов обеспечения ее финансовой устойчивости.	Формирование полной и достоверной информации о порядке учета для целей налогообложения хозяйственных операций, осуществленных налогоплательщиком в течение отчетного (налогового) периода и обеспечения информацией внутренних и внешних пользователей для контроля за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью исчисления и уплаты в бюджет налога.
Регистры учета	Одним из наиболее распространенных регистров синтетического учета, широко применяемых бухгалтерами при составлении бухгалтерского баланса, является оборотно-сальдовая ведомость. В этом регистре за определенный период по каждому синтетическому счету приводится информация об остатке на начало периода, оборотах за период и сальдо на конец периода	Регистры налогового учета по налогу на прибыль помогают выяснить, корректно ли заполнена декларация по налогу на прибыль, поэтому налоговые органы любят запрашивать их при своих контрольных мероприятиях — камералке, встречке и иных проверках. Статья пояснит, как правильно заполнить налоговые регистры по налогу на прибыль

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

К предмету экспертизы не относятся разного рода нарушения и исследования договоров Договор - это воля сторон к совершению финансово-хозяйственных сделок, а не исполнение таких сделок, и поэтому имеет гражданско-правовой характер. Отсутствие контракта указывает только на отсутствие базового документа для завершения бизнес-операции.

Работа специалистов по судебно-бухгалтерскому учету делится на 2 группы. Данный подход основан на экспертизе классического криминалистического учета и поэтому в полной мере отражает все аспекты работы специалистов в области бухгалтерского учета в условиях современной рыночной экономики.1-я группа-это диагностическое задание, определяющее правильность ведения бухгалтерского учета и организации контроля.2-я группа-это классификационная операция, которая определяет целесообразность отнесения объектов учета к той или иной категории, порядок ввода и амортизации, а также определяет наличие или отсутствие объектов учета. Она связана с анализом общей ситуации и решает вопросы, соответствующие ситуации, такие как круг лиц, владеющих активами и пассивами, а также определение лиц, ответственных за нарушения бухгалтерского учета и управления. Предмет судебно-налогового расследования связан с предметом судебно-бухгалтерской экспертизы следующим образом:

-совпадают в части тех исследуемых обстоятельств экономической деятельности, которые имеют значение как для ведения бухгалтерского учета, так и для налогообложения, т.с. обстоятельств, характеризующих как объекты бухгалтерского учета, так и объекты налогообложения.

-обстоятельства, связанные с искажением данных бухгалтерского учета и, соответственно, входящие в предмет судебно-бухгалтерской экспертизы, входят в предмет судебно-налоговой экспертизы только в том случае, если в применяемой налоговой учетной системе налогоплательщика используются данные бухгалтерского учета; предметом судебно-бухгалтерской экспертизы не охватываются входящие в предмет судебно-налоговой экспертизы обстоятельства, связанные с искажением данных налогового учета и налоговой отчетности.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Таблица 3

Учетная политика

	Налоговый учет	Бухгалтерский учет
Документ	ПБУ 1/08 Учетная политика	-
Учетная политика	Принятая организацией совокупность способов ведения бухгалтерского учета - первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности	Выбранная налогоплательщиком совокупность допускаемых НК РФ способов (методов) определения доходов и/или расходов, их признания, оценки и распределения, а также учета иных необходимых для целей налогообложения показателей финансово-хозяйственной деятельности налогоплательщика
Способы учета	Способы, установленные РСБУ Способы, установленные МСФО Способы, разработанные организацией самостоятельно	Способы учета, установленные НК РФ Ст.11 НК РФ

Таким образом, содержание предмета судебно-налоговой экспертизы представляется как исследуемая характеристика объекта налогообложения, система обобщения информации для налогообложения, состояние расчетов по исполнению налогового обязательства, отвечающие назначению судопроизводства, устанавливаемые данные либо об уклонении от уплаты налога, сумме неуплаченного налога и способе уклонения от его уплаты, либо об отсутствии неуплаты налогов.

Существует точка зрения, согласно которой в предмет судебной экспертизы, разрешающей вопросы, связанные с налогообложением, входит оценка результатов документальных проверок исполнении законодательства о налогах и сборах. Оценка судебным налоговым экспертом материалов документальных проверок исполнения законодательства о налогах и сборах, действий должностных лиц органов государственной власти при проведении таких проверок не входят в компетенцию эксперта. Кроме того, такая оценка не требует проведения экспертных исследований.

Характеризуя задачи судебно-налоговой экспертизы в зависимости от конечной цели исследований, следует отметить, что налоговая экспертиза решает диагностические задачи, к основным из которых можно отнести:

-определение количественных и качественных характеристик объектов налогообложения;

- установление особенностей системы обобщения информации для налогообложения;

- оценку состояния расчетов по исполнению налоговых обязательств и на их основе – установление фактов уклонения от уплаты налогов (отсутствие таковых);

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

-механизм искажения налоговой учетной системы, причинно-следственной связи между налоговой дезинформацией и неуплатой налогов.

Таблица 4

Общие положения

	ПБУ	Глава 25 НК РФ
Документ	Федеральный закон №402-ФЗ О бухгалтерском учете	Налоговый Кодекс РФ
Определение	Бухгалтерский учет – формирование документированной систематизированной информации об объектах, предусмотренных настоящим Федеральным законом, в соответствии с требованиями, установленными настоящим Федеральным законом, и составление на ее основе бухгалтерской (финансовой) отчетности	Налоговый учет – система обобщения информации для определения налоговой базы по налогу на основе данных первичных документов, сгруппированных в соответствии с порядком, предусмотренным настоящим Кодексом Ст.313 НК РФ
Обязанность ведения учета	Все экономические субъекты, кроме ИП и лиц, занимающихся частной практикой, если в соответствии с законодательством РФ о налогах и сборах они ведут учет доходов или доходов и расходов и/или иных объектов налогообложения либо физических показателей, характеризующих определенный вид предпринимательской деятельности находящихся на территории РФ филиалов, представительств или иных структурных подразделений иностранных организаций, если в соответствии с законодательством РФ о налогах и сборах они ведут учет доходов и расходов и/или иных объектов налогообложения в порядке, установленном указанным законодательством	Организации – плательщики налога на прибыль Ст.313 НК РФ
Форма ведения учета	Упрощенная форма субъекты малого предпринимательства некоммерческие организации организации – участники проекта Сколково Стандартная форма все прочие экономические субъекты Упрощенную форму не могут применять субъекты, перечисленные в ст.6 Закона о бухгалтерском учете	Налогоплательщик самостоятельно организует систему налогового учета Налоговый учет может вестись: обособленно от бухгалтерского учета на основе бухгалтерского учета с внесением необходимых корректировок
Хранение первичных документов и учетных регистров	В течение сроков, устанавливаемых в соответствии с правилами организации государственного архивного дела, но не менее 5 лет после окончания отчетного года	В течение 4 лет после окончания налогового периода Ст.23 НК РФ В случае наличия убытков прошлых лет – в течение всего срока переноса убытков плюс 4 года после окончания отчетного (налогового) периода, в котором перенос убытка был закончен Ст.283 НК РФ

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

К вопросам, которые судебный пристав задает бухгалтеру, являющемуся специалистом, предъявляется ряд законных требований:

- должны быть связаны с бухгалтерским учетом, важны для дела и вытекают из материала

- не могут быть разрешены следователем (судом), который должен обладать общеизвестными знаниями в области бухгалтерского учета

- могут быть разрешены только на основании материалов дела, представленных эксперту следователем.

- быть чем-то, что не может быть разрешено никаким другим, процессуально упрощенным и экономичным способом, не обязывать экспертов разрешать правовые аспекты дела, быть конкретным, например побуждать экспертов делать конкретные выводы, располагаться в логическом порядке, четко обозначаться и исключать расхождения в их толковании.

Количество вопросов должно быть оптимальным. Формулировка вопроса должна соответствовать вышеуказанным требованиям, например:

а) соответствует ли организация учета и отчетности в данном экономическом субъекте требованиям бухгалтерского учета; если нет, то какие имеются отступления в ведении учета от нормативных документов, регламентирующих постановку учета и отчетности;

б) каким образом должно быть оформлено списание сырья;

в) правильно ли оформлено списанное товаров из-за их порчи и на какую сумму списаны товары;

г) возможно ли путем анализа документов проверить законность совершения факта хозяйственной жизни;

д) как должен быть оформлен расход денежных средств в определенный период и какие допущены отступления;

е) каким образом недостача товарно-материальных ценностей должна быть отражена в учете;

ж) определить реальность валюты баланса конкретной организации на момент выхода участников из состава учредителей;

З)по данным бухгалтерского учета дать оценку действительной стоимости имущества общества, подлежащей выплате участникам, на момент их выхода из общества;

и) дать оценку показателю прибыли общества на конкретный момент;

к) определить часть прибыли, по выплате выбывшим учредителям.

Пример: В уголовном производстве рассматривались дела о хищении продукции промышленных организаций. Факт кражи деталей не оспаривался даже подсудимым.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Вопрос о стоимости похищенного товара имел решающее значение для определения поведения и определения ответственности ответчика (в данном случае имелись также доказательства того, что украденные детали были дефектными и бесполезными).В связи с этим в рамках рассмотрения дела экспертам было предложено определить размер ущерба, причиненного хищением.

Отчет государственного эксперта по бухгалтерскому учету был составлен таким образом, что сумма ущерба не могла быть определена. В этом материале каждая деталь оценивается по учетной цене и отпускной цене готовой продукции, установленной на заводе-изготовителе. Поскольку в отчете не было выявлено, какая из этих цен соответствовала реальной стоимости имущества (разумная цена) или какой ущерб нанесла организация в результате хищения, эксперт был вызван в суд и допрошен. В ходе допроса они заняли следующую позицию:слово"ущерб" является юридическим понятием и не входит в бухгалтерский учет. На этом основании эксперт фактически отказался назвать цену недвижимости, которую следует использовать при расчете суммы ущерба. Конечно, экспертам мог быть задан и другой вопрос: что такое недостача из-за потери продукта или что такое финансовый негатив из-за выбытия продукта. Однако, учитывая, что бухгалтерская экспертиза проводилась в течение 2 лет (с учетом того, когда была получена первоначальная экспертиза) и уровень подготовки специалистов по бухгалтерскому учету в стране, судья счел нежелательным назначать дополнительные судебно-медицинские исследования.

В данном случае эксперты полностью понимают, о чем спрашивает суд (определение стоимости похищенного товара-типичная работа бухгалтера-эксперта), и понятно, что позиция, которую они заняли, была лишь способом избежать вопросов без ответа (основные документы, представленные на экспертизу, недостаточны, а информация, содержащаяся в них, противоречива). быть. Однако участники уголовного судопроизводства должны учитывать возможность того, что специалист предпримет такие действия.

Бухгалтеры-экономисты, чья деятельность может быть связана с участием в уголовном, гражданском или арбитражном процессах, должны иметь специальные экономические познания. «Специальность» этих познаний заключается именно в умении распознавать в бухгалтерской информации признаки противоправной деятельности. Основными принципами судебно-экономических экспертиз являются:

- обязательный анализ фактов предпринимательской деятельности, который проводится с целью определения фактических результатов предпринимательской деятельности налогоплательщика, выявления недостоверных данных в предъявленной документации;
- объективность и полнота исследования вышеуказанных фактов, которые выражаются в исследовании всех имеющихся в материалах уголовного дела сведений,

относящихся к предмету экспертизы, строгом соответствии выводов из исследования имеющимся сведениям;

- выстраивание логических взаимосвязей, заключающихся в определении причинно-следственной связи между распоряжением доходами, несоответствием сведений в документах, учете и отчетности фактам и результатам предпринимательской деятельности и материальными последствиями деяний для собственников доходов, извлекаемых из использования имущества и государства;

-установление наличия отрицательных материальных последствий, которые определяются в виде части доходов от продаж продукции (работ, услуг), доходов на капитал и доходов от продажи собственности, не использованных в соответствии с материальными интересами собственников для осуществления деятельности организации и (или) не поступивших государству в виде налогов, поскольку размер нанесенного ущерба является одним из последствий совершенного налогового преступления.

Судебно-бухгалтерский учет играет социально значимую роль и находится на подъеме благодаря содержанию и широте своего предмета и методов, а также междисциплинарным связям. Современная судебная бухгалтерия играет чрезвычайно важную и самостоятельную функцию в различных областях практического права.То есть 1) криминалистическая (розыскная).Криминология (судебная наука по содержанию, прикладная наука по назначению) - это изучение закономерностей возникновения, сбора, оценки и использования доказательств, в том числе доказательств, полученных с помощью криминалистического учета, а также методов расследования, рассмотрения и предупреждения преступлений на основе знания этих закономерностей.Юридическая ответственность определяется в свете того, что она основывается на определенной системе законных доказательств тех фактов, которые утверждают или опровергают обстоятельства правоотношений, порождающих ответственность.

Роль доказательств заключается в раскрытии истины, то есть в получении доказательств фактически совершенных незаконных бухгалтерских действий, за которые предусмотрена юридическая ответственность, в установленном законом порядке.

- криминологические (включающие, в частности, предупреждение, прогнозирование и предупреждение финансово-экономических нарушений (не ограничиваясь преступлениями) с помощью криминалистического учета.

- Уголовно-правовое дело предполагает криминализацию и признание отдельных нарушений финансового учета, основанных на данных судебного учета (установление оснований уголовной ответственности за отдельные экономические преступления и применение этих данных для индивидуализации уголовной ответственности и наказания).

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

- Организационно - управленческая (в смысле организации и управления правоохранительной деятельностью);она отвечает за контрольную функцию, обеспечительную функцию, информационную функцию и функцию обратной связи судебного учета. Потенциал и практические возможности, предлагаемые современным юридическим учетом, определяют необходимость организации и деятельности соответствующих структурных подразделений бухгалтеров (аудиторов), а также управления этим процессом, в том числе юридическим, для повышения уровня востребованности специальных бухгалтерских знаний в юриспруденции. Все вышеперечисленные особенности взаимосвязаны и могут дать хорошие результаты при рассмотрении в целом. помощью специалистов по бухгалтерскому учету можно:

- Проверить достоверность результатов письменной проверки, аудита, получения, залога, письменного оформления операций по реализации товарно-материальных ценностей и наличных денежных средств;

- Выявить наличие реальных данных, связанных с суммой недостач и излишков товарно-материальных запасов, имущественным ущербом;

• Определить, соответствует ли отражение хозяйственной деятельности в бухгалтерских документах требованиям бухгалтерского учета и отчетности и действующим нормативным актам.

Определить в письменной форме правильность поступления, отгрузки, амортизации материалов, готовой продукции, товаров, определить в письменной форме объем и стоимость непризнанной продукции с учетом заключений технических специалистов, товароведов и других экспертов;

- документально подтвердить правильность заявленной в гражданском судопроизводстве суммы в период возникновения убытков или излишков, по данным документа определить круг лиц, ответственных за ведение бухгалтерского учета и управление требованиями, и доказать их несоответствие в ходе экспертизы;

- Важно выявить нарушения в организации бухгалтерского учета и управления, повлекшие или предотвратившие своевременное обнаружение такого ущерба; - выявить условия, способствовавшие формированию материального ущерба;

Таким образом, значение криминалистического учета заключается в том, что лежащий в его основе учет является одной из основных, объективных, обязательных и уставных функций управления, своего рода общественным контролем, а также средством повышения эффективности правоохранительной и правоохранительной деятельности.

Значение эксперта-бухгалтера определяется тем, что заключение эксперта является доказательством в суде, на основании которого и в совокупности с другими доказательствами можно установить виновность или невиновность лица в совершении

преступления или правонарушения, а также вопрос о привлечении этого лица к уголовной ответственности. Следует отметить, что в 1998 году 11% уголовных дел, связанных с налоговыми правонарушениями, прекратились из-за того, что выводы и решения документальных проверок были опровергнуты заключениями экспертов в результате судебно-экономической экспертизы.

Исходя из понятия судебно-бухгалтерской экспертизы, ее предмета вытекающего из задач экспертного и следственного характера, приемов общей и частной методик можно сделать вывод, что взаимосвязь судебно-бухгалтерской экспертизы и налогового контроля проявляется в ее процессуально-правовой форме, обеспечивающей получение источника доказательств на основе применения экспертных знаний с бухгалтерской спецификой в ходе исследования хозяйственных операций.

Изучив основные методики и группы вопросов исследования взаимосвязь судебно-бухгалтерской экспертизы и налогового контроля, можно сделать вывод, что применение верно выраженной методики и правильная постановка вопросов зависит от предмета и задач бухгалтерской экспертизы и компетенции эксперта.

В процессе написания работы, анализа научных статей и нормативно-правовой базы стало ясно, что многие вопросы, касающиеся взаимосвязь судебно-бухгалтерской экспертизы и налогового контроля в действии недостаточно освещены и требуют значительной доработки с целью эффективного применения на практике.

Библиографический список

1.Агапова,А.В. Таможенный контроль на основе методов аудита / А.В. Агапова // Право и экономика. –2013. –No 5. – С. 64–67.

2.Алибеков, Ш. И. Судебно-бухгалтерская экспертиза / Ш.И. Алибеков // Электронная библиотека ModernLib.Ru [Электронный ресурс]. –Режим до-ступа: ttp://modernlib.ru/books/shi_alibekov/sudebnbuhgalterskaya_ekspertiza/ read_2.

3.Антонов, И.А. Использование методов научного познания при выявлении и расследовании преступлений экономической направленности / И.А. Антонов, Н.А. Данилова, С.А. Рытьков // Российский следователь. –2012. –No 9. – С. 2–4.

4.Артемова, В.В. Проблемные аспекты реализации истребования и изъятия предметов и документов на этапе возбуждения уголовного дела / В.В. Арте-мова // Российский следователь. –2014. –No 3. – С. 3–5.

5.Аршинский, Л.В. Проблемы применения информационного и логико-математического моделирования в судебной экспертизе и криминалистике / Л.В. Аршинский, Н.Ю. Жигалов // Российский следователь. –2013. –No 3. – С. 6–10.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

6.Бычкова,С.М. Виды искажений в бухгалтерской отчетности / С.М. Быч-кова [Электронный ресурс]. –Режим доступа: http://www.klerk.ru/ law/articles/735/.

7.Гузеева,О. Квалификация мошенничества в российскомсегменте сети Интернет / О. Гузеева // Законность. –2013. –No 3. – С. 21–25.

8.Елинский,В.И. Особенности назначения судебных экспертиз / В.И. Елинский, Л.С. Корнева // Российский следователь. –2012. – No 16. – С. 12–14.

9.Жубрин,Р.В. Борьба с легализацией преступных доходов: теоретические и практические аспекты. –«Волтерс Клувер», 2011. –СПС «Гарант».

10.Заббарова, О. А. Бухгалтерская (финансовая) отчетность организации / О.А. Заббарова // Онлайн библиотека PLAM.RU [Электронный ресурс]. –Режим доступа: http://www.plam.ru/bislit/buhgalterskaja_finansovaja_ otchetnost_organizacii/p8.php.ru.

346

11.Звягин, С.А. Экономико-криминалистический анализ : курс лекций / С.А. Звягин. –Воронеж: Воронежский институт МВД России, 2013. –192 с.

12.Земскова,Е.Н. О некоторых проблемах назначения и производства экспертиз о хищениях бюджетных средств и использования экспертных заключений в качестве доказательств по уголовным делам / Е.Н. Земскова // Российский следователь. –2013. –No 21. – С. 42–44. 13.Карпов,И. Новые способы мошенничества / И. Карпов // Законность. –2014. –No 4. – С. 56–59.

14.Карпович,О.Г. Актуальные вопросы противодействия экономической преступности в России / О.Г. Карпович // Российский следователь. –2012. –No 3. – С. 33–36.

15.Каширская, Л.В. Методология и организация бухгалтерской экспертизы в бюджетных учреждениях : дис. д-ра экон. наук / Каширская Людмила Васи-льевна. –М., 2013. –286 с.

16.Комиссарова,Я.В. Актуальные проблемы практики производства судеб-ных экспертиз / Я.В. Комиссарова // Российский следователь. –2013. –No 5. – С. 6–8. 169.

17.Кравченко,Д.В. Научное обеспечение экспертиз по «экономическим» преступлениям и использование в уголовном праве терминологии смежных правовых наук с позиций конституционного права / Д.В. Кравченко // Право и экономика.–2012. –No 7. – С. 65–68. 18.Ложкова,И.А. К вопросу о санкциях за совершение экономических пре-ступлений (теоретический аспект) / И.А. Ложкова // Российский следователь. –2013. –No 22. – С. 15–19. 19.Практическое руководство по производству судебных экспертиз для экспертов и специалистов: науч.-практич. пособие (под ред. Т.В.Аверьяновой, В.Ф. Статкуса). -2-е изд., перераб. и доп. –«Издательство Юрайт», 2011. –СПС «Гарант».

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

20.Романов, В.В. Судебная бухгалтерия. Краткий курс / В.В. Романов. –2012. –26 с.[Электронный ресурс]. –Режим доступа:http://litrus.net›book/read /59600?p=15.
21.Сараев,П.Н. Некоторые проблемы расследования экономических пре-ступлений / П.Н. Сараев // Российский следователь. –2012. –No 12. – С. 4–6.
22.Сафонова М. Ф. Особенности методики бухгалтерской экспертизы затрат на производство в сельскохозяйственных организациях / М. Ф. Сафонова // Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве. –2011. -No 7.347
23.Сафонова, М. Ф. Судебно-бухгалтерская экспертиза / М. Ф. Сафонова, О. И. Швырева. –Ростов н/Д: Феникс, 2008. –377 с. [Гриф УМО].
24.Соловьев,И.Н. Преступные налоговые схемы и их выявление. –«Проспект», 2010. –СПС «Гарант».
25.Судебно-бухгалтерская экспертиза : учеб. пособие для студентов вузов / Е.Р. Россинская [и др.] ; под ред. Е.Р. Россинской, Н.Д. Эриашвили. –2-е изд., перераб. и доп.–М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. –383 с.
26.Тарасов,Ю.А. Государственный контроль как эффективный механизм противодействия экономической преступности / Ю.А. Тарасов // Российский следователь. –2013. –No 3. – С. 32–36.
27.Чайковская,Л.А. Ошибки и мошенничество в искажении отчетности строительных организаций / Л.А. Чайковская, М.В. Михеев // Аудит и фи-нансовый анализ. –2011. –No 3. – С. 18–21.
28.Шевелев А.Е. Риски в бухгалтерском учете : учебное пособие / А.Е. Ше-велев, Е.В. Шевелева. –М. : КНОРУС, 2009. –280 с.
29.Шмонин,А.В. К вопросу об общих положениях методик расследования преступлений экономической направленности / А.В. Шмонин // Российский следователь. –2012. –No 1. – С. 17–19.
30.Шубочкина,Е.В. Методы документальныхисследований мошеннических явлений в сфере кредитования / Е.В. Шубочкина // Вестник Нижегородской академии МВД России. –2014. –No 3(27). –С. 316-321

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

УДК 33

Ильина С.И. Управление бизнесом с помощью построения модели бизнес-процессов

Managing Your Business by Building a Business Process Model

Ильина Светлана Ивановна,
Кандидат технических наук, доцент кафедры
Коммерции и сервиса, Российский государственный
университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)
Ilyina Svetlana Ivanovna,
Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department
Commerce and Service, Russian State
University named after A.N. Kosygin
(Technology. Design. Art)

Аннотация. *В статье представлена модель бизнес-процесса, как инструмента продвижения бизнес - идей, повышающая продажи и, соответственно, прибыль.*
Ключевые слова: *Бизнес-процесс, модель, старт-ап, бизнес.*
Abstract. *The article presents the business process model as a tool for promoting business ideas, increasing sales and, accordingly, profit.*
Keywords*: Business process, model, start-up, business.*

Модель бизнес-процесса – это важная составляющая развития бизнеса. Служит осуществлению основных целей предприятия и описывает центральную сферу его деятельности. Благодаря моделированию бизнес-процессов формулируются бизнес - решения, т.е. задания для технического исполнения, на их основе составляется различная нормативная документация [1].

Бизнес-процесс - это один, несколько или множество внутренних пошаговых действий, выполнение которых заканчивается созданием продукта. Таким образом, выходом или результатом выполнения бизнес-процесса всегда являются информация, услуги или товары, установленные клиентом. При этом бизнес-процесс может иметь несколько выходов [2].

Главными критериями бизнес - моделей являются лаконичность, точность, конкретность, читабельность, а так же информативность.

Для построения бизнес-процессов был использован BPWIN – программный продукт, для реализации CASE-технологий. Эта программа полностью поддерживает стандарт IDEF0, который был принят в начале 90-х годов в США на основе методологии SADT.

Основная идея SADT – построение древовидной функциональной модели предприятия.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

С помощью BPWIN можно [3]:

- наглядно описывать, анализировать и совершенствовать сложные бизнес-процессы, любую деятельность или структуру в виде модели, что позволяет значительно повысить эффективность работы предприятия и упростить восприятие;
- проверить модель на соответствие стандартам ISO9000. Для отечественных предприятий сертификация по ИСО 9000 – это пропуск на международный рынок, а также действенное средство для эффективного улучшения работы всего предприятия;
- спроектировать структуру информационных потоков, а соответственно, и модернизировать организационную структуру предприятия;
- четко выявить факторы, оказывающие влияние на бизнес: какие операции являются наиболее критичными, как повысить их эффективность, какие ресурсы требуются для этого;
- снизить издержки и повысить производительность;
- выявить и исключить лишние или неэффективные операции;
- повысить гибкость и эффективность.

Все это позволяет получить целостное представление о том, как работает предприятие, начиная от структурного подразделения и заканчивая предприятием в целом.

Этапы построения модели:

- Определение основного бизнес-процесса;
- Построение контекстной диаграммы;
- Построение диаграммы процесса верхнего уровня;
- Функциональная декомпозиция каждого процесса, с помощью детализирующих диаграмм.

Прежде чем приступить к работе, необходимо определить основной бизнес-процесс предприятия. В рамках условного примера рассматриваемая фирма занимается изготовлением авторских принтов для печати на футболках.

1. Построение контекстной диаграммы.

Сначала функциональность предприятия описывается в целом, без подробностей. Такое описание называется контекстной диаграммой (рисунок 1): взаимодействие с окружающим миром описывается в терминах входа (данные или объекты, потребляемые или изменяемые функцией), выхода (основной результат деятельности функции, конечный продукт), управления (стратегии и процедуры, которыми руководствуется функция) и механизмов (необходимые ресурсы).

2. Функциональная декомпозиция.

После создания контекстной диаграммы, проводится функциональная декомпозиция – система разбивается на подсистемы, и каждая подсистема описывается в

том же синтаксисе, что и система в целом. Затем каждая подсистема разбивается на более мелкие и так до достижения нужного уровня подробности. В результате такого разбиения, каждый фрагмент системы изображается на отдельной диаграмме декомпозиции. Диаграмма декомпозиции предназначена для детализации работы, рисунок1:

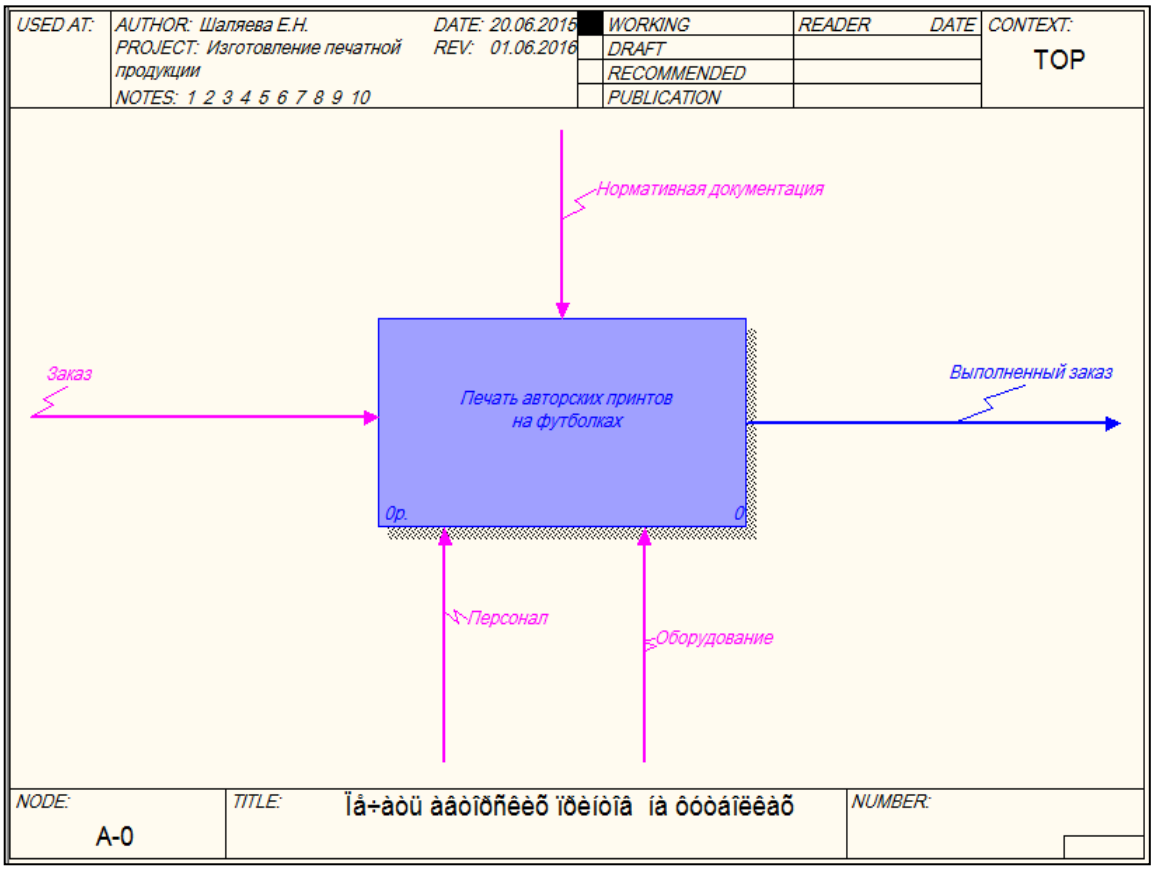


Рисунок 1 - Контекстная диаграмма

Диаграмма верхнего уровня создается путем декомпозиции основной функции контекстной диаграммы. На диаграмме декомпозиции функции нумеруются автоматически слева направо.

В данном случае диаграмма верхнего уровня состоит из 4 процессов, рисунок 2:

- Процесс 1.1 – Обработка заказа;
- Процесс 1.2 – Создание рисунка на графическом планшете;
- Процесс 1.3 – Согласование с заказчиком;
- Процесс 1.4 – Печать.

Построенная диаграмма верхнего уровня также имеет множество процессов, которые в свою очередь могут быть детализированы в диаграммы нижнего уровня. Таким образом, строится иерархия IDEF0 с контекстной диаграммой в вершине иерархии.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

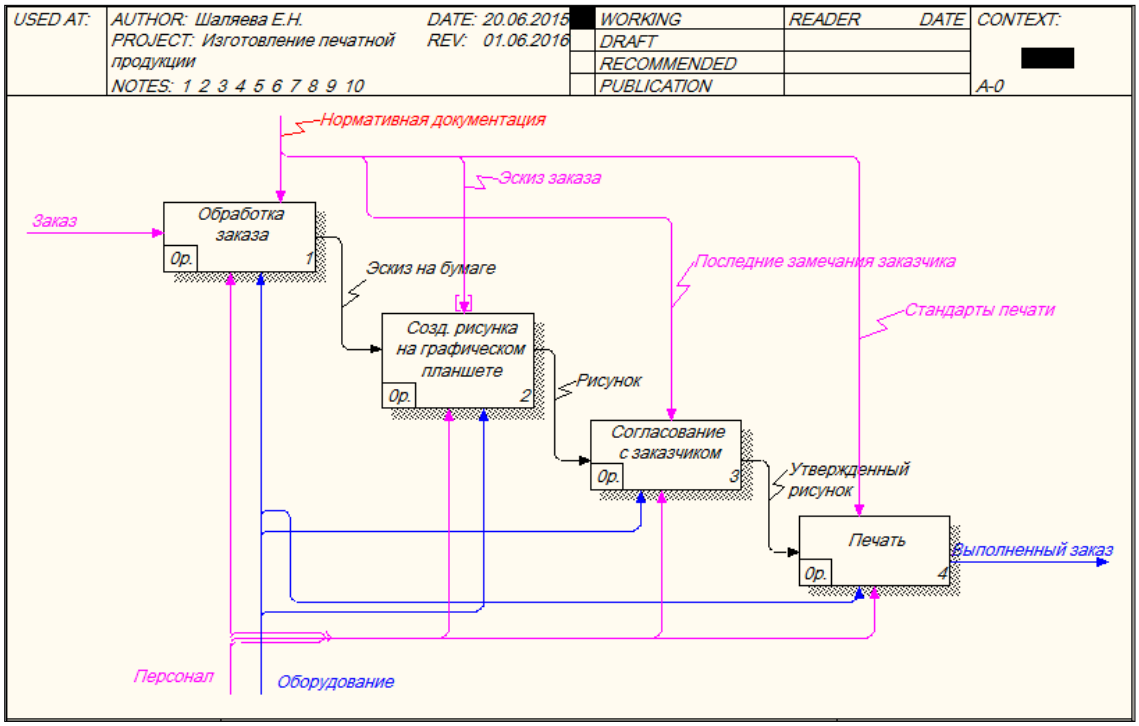


Рисунок 2 - Диаграмма верхнего уровня

Таким образом, этот процесс декомпозиции продолжается до достижения нужного уровня подробности. При таком построении иерархии IDEF0 каждый процесс более низкого уровня необходимо соотнести с процессом верхнего уровня. Обычно для этой цели все работы модели нумеруются (автоматически).

Библиографический список

1. http://center-yf.ru/data/ip/Biznes-process.php - дата обращения 01.03.2021 г.;

2. http://business-ideal.ru/model-biznes-processa-primer - дата обращения 01.03.2021 г.;

3. Статья «BPwin - инструмент системного анализа» Кинжалин А., Астро Софт, http://www.ci.ru/inform11_98/astr1.htm - дата обращения 01.03.2021 г.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

УДК 339.13:671

Репина А.А. Достижение успеха на рынке брендом ювелирных изделий «Bvlgari» путем реализации модели "Золотого круга" Саймона Синека

Achieving success in the market by the jewelry brand "Bvlgari" through the implementation of the "Golden Circle" model by Simon Sinek

Репина Анастасия Алексеевна,
студентка ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
университет промышленных технологий и дизайна»
Научный руководитель
Попов Ю.А., ассистент кафедры экономической теории,
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
университет промышленных технологий и дизайна»
Repina Anastasia Alekseevna,
student of the Saint Petersburg State University
of Industrial Technologies and Design
Scientific adviser: Popov Y.A., Assistant of the Department of Economic Theory,
Saint Petersburg State University
of Industrial Technologies and Design

Аннотация. *В настоящей работе было проведено теоретическое исследование модели Саймона Синека «Золотой круг». Проанализирован процесс вывода нового продукта на рынок и закон распространения инноваций. Подробно рассмотрено зарождение ювелирного бренда «Bvlgari», а также проведен разбор проводимой им политики в области маркетинга путем реализации данной модели.*

Ключевые слова: *ювелирное искусство, бизнес, продвижение, Золотой круг, менеджмент, маркетинг.*

Abstract. *In this paper, we conducted a theoretical study of Simon Sinek's "Golden Circle" model. The process of bringing a new product to the market and the law of innovation distribution are analyzed. The origin of the jewelry brand "Bvlgari" is considered in detail, as well as an analysis of its marketing policy through the implementation of this model.*

Keywords: *jewelry, business, promotion, Golden Circle, management, marketing.*

На сегодняшний день маркетинговые исследования стали неотъемлемой и важной частью в рамках управления и развития любой компании. Независимо от того, какого масштаба планируется траектория развития бизнеса, для его начала нужно провести маркетинговые исследования рынка. Данная тематика носит актуальный характер, поскольку сегодня на рынке большое количество компаний, соответственно – возрос и уровень конкуренции. Но среди всего многообразий предприятий, только некоторым удается вырваться вперед и задать соответствующую планку.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Маркетинг – это управленческий процесс, направленный на удовлетворение нужд потребностей индивидов и групп посредством создания и предложения товаров и услуг, обладающих ценностью, и обмена ими с другими людьми [1]. Приверженцы определения маркетинга как процесса управления нередко описывают его, как «искусство продажи товаров». К задачам товарной политики, входящей в состав комплекса маркетинга, относятся: поиск, развитие и ввод новых товаров; регулирование качества; обоснование форм товаров; контроль за поведением новой продукции, а также анализ, изучение и привлечение потребителей. Однако для достижения успеха компании бывает недостаточно решить все вышеперечисленные задачи. В этой связи большой интерес представляет современная модель Саймона Синека «Золотой круг».

Саймон Оливер Синек - британско-американский писатель и оратор. Он является автором пяти книг, в том числе «Start with Why». Синек родился в Уимблдоне, Великобритании. В детстве он жил в Йоханнесбурге, Лондоне и Гонконге. Он окончил региональную среднюю школу Северной долины в Демаресте в 1991 году, изучал право в Лондонском городском университете, но бросил юридический факультет, чтобы заняться рекламой. Получил степень бакалавра культурной антропологии в Университете Брандейс [6].

В сентябре 2009 года на официальном сайте TED Talks (technology, entertainment, design - технологии, развлечения, дизайн) — американского частного некоммерческого фонда, известного своими ежегодными конференциями, вышло видео с записью выступления Саймона Синека. Конференции TED Talks проводились с 1984 года в городе Монтерей, США, с 2009 года — в городе Лонг-Бич, США, а с 2014 года в городе Ванкувер в Канаде [4]. Их главная задача заключается в распространении уникальных идей. В рамках данной конференции Саймон презентовал свою действующую модель «Золотой круг». Она объясняет почему одни организации или лидеры способны вдохновлять, а другие нет.

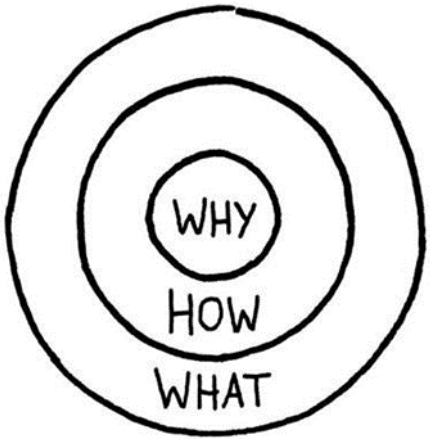


Рисунок 1. «Золотой круг» Саймона Синека [5]

На диаграмме кругов Эйлера изображены три множества – большой круг «What» (что), средний «How» (как), маленький «Why» (зачем). Саймон расшифровал диаграмму следующим образом: любой человек, любая организация на Земле знают, что они делают; некоторые знают, как они это делают; но лишь единицы знают зачем они это делают. Стоит обратить внимание, что под «зачем» подразумевается не денежная прибыль, а цель, причина действия, ответ на вопрос «Почему ТО, что вы делаете должно кого-то волновать?».

В результате, того, как люди мыслят, действуют, общаются — возникает процесс, направленный снаружи вовнутрь – движение от наиболее очевидных вещей к наиболее запутанным. Это простой, обыденный, последовательный путь, который фиксируется на определенном предмете, а после – подбирает под него идею и концепцию в лучшем варианте развития событий, или так и бесцельно и неосознанно базируется на товаре в худшем случае. То есть действие происходит не от желания и веры, а от фиксации на самом предмете. Но вдохновляющие лидеры и организации независимо от их размера, отрасли, мыслят и действуют более сложно и нестандартно, то есть изнутри наружу. Ими движет уверенность и ясное виденье цели и причины их действий, а уже после они воплощают все свои идеи в определённом предмете. Помимо этого, в процессе поиска людей и формирования команды, важно окружить себя людьми, которые, также как и лидер, горят своим делом, осознают причину и цель их действий, а не гонятся за денежным вознаграждением.

В результате анализа данной модели, можно сделать вывод, что люди покупают не то, ЧТО кто-то делает, а то ЗАЧЕМ лидер или организация это делает. В этом случае в покупателе рождается чувство овладевания данным продуктом из-за четкого понимания цели и нужды. Получается, что цель компаний состоит в том, чтобы продать продукт людям, которые верят в то, во что верит данная компания.

В процесс вывода нового продукта на рынок необходимо изучить теорию диффузии инноваций. Основоположником теории диффузии инноваций является Эверт Роджерс, в 1962 году впервые изобразивший процесс принятия инноваций потребителями в виде кривой нормального распределения.

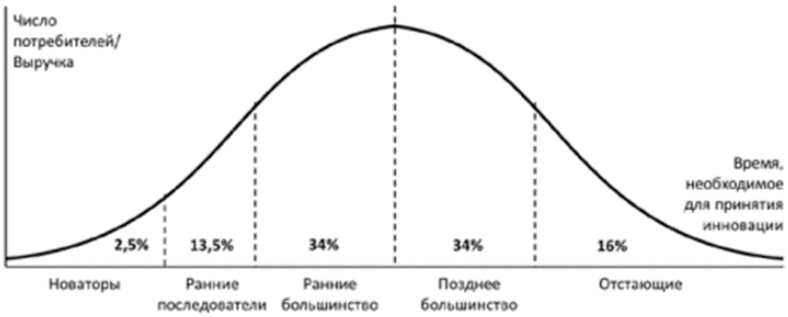


Рисунок 2. Закон распространения инноваций [7]

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

Процесс принятия инновация расшифровывается следующим образом: первые 2,5% населения являются новаторами. Следующие 13,5% населения являются ранними последователями, 34% являются ранним большинством, 34% поздним большинством и 16% отстающие. Закон распространения информации гласит: если организация хочет достичь успеха на массовом рынке, то нужно достигнуть критическую массу последователей — от 15 до 18% всех потребителей. После происходит качественный прорыв. [7] Данную теорию стоит учитывать в процессе роста покупателей товара.

На примере модели "Золотого круга" Саймона Синека рассмотрим историю достижения успеха в ювелирном бизнесе бренда «Bvlgari». Данная компания была основана ювелиром греческого происхождения Сотирио Булгари в Риме в 1884 году. Модный дом выделялся среди своих конкурентов высоким уровнем мастерства и утонченными итальянскими мотивами производимых ювелирных изделий. В процессе роста, компания вырабатывала свой неповторимый и уникальный стиль, который сейчас легко узнать. Характерными чертами украшений модного дома являются – яркие цветовые сочетания, сбалансированные объемы и характерные мотивы наследия римского дома. Почитание культурных традиций не помешало Bvlgari закрепить за собой репутацию новатора, который постоянно совершенствует каноны ювелирного дела, задавая новые тенденции современного дизайна украшений.

Серебряные ювелирные украшения, с которых началась история дома, пользовались большим спросом у покупателей из Англии. Присоединившись к семейному бизнесу, сыновья Сотирио Булгари – Джорджо и Костантино – приняли дальновидное решение сконцентрировать деятельность компании на создании украшений категории высокого ювелирного искусства, опираясь на богатый опыт их отца в изготовлении изделий из серебра.

В дизайне первых высоко ювелирных творений 1920-х годов еще чувствовалось влияние традиционной французской школы: платина и бриллианты сочетались с геометрическими и стилизованными мотивами ар-деко. С 1940-х годов начал формироваться подлинно итальянский стиль Bvlgari, нашедший воплощение в лучезарном сиянии украшений из желтого золота и плавных изгибах восхитительных творений Serpenti.

В середине 1950-х годов ювелиры Bvlgari начали создавать нестандартные цветовые комбинации из драгоценных камней и самоцветов. Усилить яркий цвет камней позволила огранка кабошон, олицетворявшая римские купола и ставшая новой визитной карточкой Дома.

В золотую эпоху Dolce Vita бутик на виа Кондотти стал излюбленным местом встреч кинозвезд и светской элиты, что способствовало росту популярности бренда во всем мире. В начале 1970-х годов, находясь на гребне успеха, компания Bvlgari вышла на европейские и

американский рынки. Представители третьего поколения из семьи Булгари вдохнули в ювелирное искусство новую творческую энергию. Беспрецедентное разнообразие мотивов и тем – от Дальнего Востока до поп-арта – как нельзя лучше отвечало вкусам активных современных женщин. Ярким выражением авангардного подхода братьев Булгари стали часы Bvlgari Bvlgari, мгновенно превратившиеся в настоящую классику и подлинный манифест дизайна.

В 1980-х и 1990-х годах Дом Bvlgari анонсировал новую усовершенствованную идею ювелирных украшений, которые можно было носить, не снимая целый день. Они состояли из отдельных модулей в едином стиле, которые легко между собой сочетались. Это позволяло быть украшениям универсальными для любой женщины. Нестандартные эксперименты ювелиров Дома привели к появлению целого ряда украшений и часов из нетрадиционных материалов. Например, сталь, фарфор, шелк и дерево. Это позволило раздвинуть границы роскоши и поднять ювелирное искусство на новые высоты.

Основываясь на модель Саймона Синека, после изучения и анализа истории компании Bvlgari, сформулируем ответы на три главных вопроса.

Зачем? Bvlgari следует принципам устойчивого развития, постоянно повышая уровень своего мастерства. Уверенность, смелость, решительность, постоянный поиск и совершенствование собственного стиля и взгляда формируют неповторимое своеобразие бренда Bvlgari. Вера и любовь в свое дело позволяет раскрыться таланту мастеров компании, обогащая культуру и создавая истинные произведения искусства.

Как? Компания Bvlgari достигает успеха и высокого мастерства посредством смелости, а именно путем сочетания классики и современности. Ювелирные изделия Bvlgari транслируют смелость и уверенность в завтрашнем дне. Высокий уровень владения технологий, отточенное мастерство и особое внимание к деталям – залог престижа ювелирных украшений Дома, без которого невозможна подлинная роскошь.

Что? Так Bvlgari помимо традиционных ювелирных изделий и часов, создает аксессуары, парфюмерию и имеет собственную сеть курортов.

В результате анализ имеющихся данных становится возможно сделать вывод, что вера в свое дело, осознание истинного предназначения и понимание цели действий, прокладывают дорогу к успешному созданию бренда и завоеванию звания «лидер», примером чему может служить история компании Bvlgari. Рассматривая модель «Золотой круг», созданную Сайманом Синеком, становится понятно почему одни организации способны вдохновлять, а другие нет. На основе этого была выявлена причина успеха модного Дома Bvlgari, а именно – уверенность, постоянное совершенствование мастерства, работа над актуальностью неповторимого собственного стиля и особому вниманию к деталям. Все

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

это позволило Дому Bvlgari формировать тенденции в мире моды и получить звание «лидера».

Библиографический список

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. 11-е изд. / Котлер. – СПб: Питер, 2005. – 800 с.
2. Пометун А. Г. Маркетинг по любви / Пометун. – Москва: Эксмо, 2017. – 344 с.
3. Simon Sinek How great leaders inspire action // TED Talks URL: https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action
4. TED (конференция) // Википедия, свободная энциклопедия URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/TED_(%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F)
5. Why, How, What, In That Order: Using The Golden Circle To Improve Your Business & Yourself // DISRUPTIVE URL: https://www.disruptiveadvertising.com/business/why-how-what-in-that-order-using-the-golden-circle-to-improve-your-business-yourself/
6. Simon Sinek // Википедия, свободная энциклопедия URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Simon_Sinek
7. Нововведения и среда: на пути к политическим инновациям // HSE URL: https://www.hse.ru/data/2013/03/06/1293899972/Инновации-пособие.pdf.

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

УДК 339.13:671

Чернацкая М.В. Становление и стратегия развития бренда ювелирных изделий «Boucheron»

Formation and development strategy of the jewelry brand «Boucheron»

Чернацкая Мария Владиславовна,
студентка ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
университет промышленных технологий и дизайна»
Научный руководитель
Попов Ю.А., ассистент кафедры экономической теории,
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
университет промышленных технологий и дизайна»
Chernetskaya Maria Vladislavovna,
student of the Saint Petersburg State University
of Industrial Technologies and Design
Scientific adviser: Popov Y.A., Assistant of the Department of Economic Theory,
Saint Petersburg State University
of Industrial Technologies and Design

Аннотация. *В данной статье раскрывается становление бренда «Boucheron», рассматриваются исторически важные события для бренда. Проводится анализ конкурентных преимуществ других ювелирных домов, их стремление привлечь как можно больше клиентов, и то, как в сложившихся условиях приспосабливается на их фоне бренд «Boucheron», в том числе и во время пандемии Covid-19.*

Ключевые слова: *ювелирный дом, промышленность, инвестиции, компания, клиент.*

Abstract. *This article reveals the formation of the brand "Boucheron", examines the historically important events for the brand. The article analyzes the competitive advantages of other jewelry houses, their desire to attract as many customers as possible, and how the "Boucheron" brand adapts to their background in the current conditions, including during the Covid-19 pandemic.*

Keywords: *jewelry house, industry, investment, company, client.*

В наше время мировой рынок ювелирных изделий наполнили известные компании, многие из которых имеют по истине мировую славу: Cartier, Tiffany & Co, Mikimoto, Van Cleef & Arpels, Graff, Boucheron и другие. Некоторые из них были основаны несколько столетий назад, но продолжают свою деятельность и по сей день, развиваясь и демонстрируя стабильность для других предпринимателей, ведь не каждый бизнес может похвастаться такой устойчивостью, долголетием и успехом. Есть ювелирные дома, история которых началась с XIV века, например, Torrini – это итальянская компания. Мария Антуанетта и Мария Медичи предпочитали французские украшения дома Melleri, который был основан в XVII веке. Множество ювелирных кампаний развернулось в XIX веке, в том числе и Boucheron, становление бренда которого рассмотрим далее. [1]

В 1858 году дом Boucheron, основал который Фредерик Бушерон в Париже, стал эпицентром без преувеличения всего ювелирного мира. Тогда заказчики этого дома – самые богатые и знаменитые люди. С самого начала Бушерон придерживался принципов дизайна, основанных на трех творческих началах – «от кутюр», архитектура (ар-деко) и природа. Эти принципы остаются прочной основой для всех коллекций дома и по сей день.

Необычный дизайн украшений Boucheron покорил представителей французской, английской аристократии и российского императорского двора. Помимо дизайна, работы Фредерика Бушерона отличались набором сложных техник: золотые украшения с кружевами, гравированные бриллианты, тонкое эмалирование, комбинации золота и стали.

В 1900 году Фредерик Бушерон изготовил наручные часы для короля Бельгии. Король был первым мужчиной, который выбрал такой тип часов, как браслет. Ведь тогда подобные украшения были предназначены для женщин. Благодаря ювелиру изменились мода: все переключились с карманных часов на наручные.[4]

Однако модные тенденции, вкусы и предпочтения потребителей стремительно меняются. Так, ценности современного человека сильно отличаются от ценностей прошлого поколения: «Теперь женщины сами покупают себе украшения. И ценовая политика – раз уж это подарок себе и повседневная вещь – должна существенно отличаться от цены подарка за 5000 фунтов стерлингов, полученного от мужа», – говорит Бек Кларк, основатель марки ювелирных украшений Astley Clark. [2]

Покупатели-миллениалы в меньшей степени отдают предпочтения бриллиантам, и они не готовы приобретать украшения за баснословные суммы. Новая позиция современного покупателя, несомненно, отражается на мировых ювелирных брендах. Каждый ювелирный дом прибегает к уловкам, чтобы оставаться на плаву, но попытки «удивить» молодежь удаются не всем. Нынешние покупатели хотят, чтобы украшение было не просто от знаменитого бренда, им важна индивидуальность, соответствие модным тенденциям.

Конкуренция в ювелирном деле не знает границ. Каждый бренд стремится к тому, чтобы выделиться и привлечь как можно больше внимания к себе и, соответственно, покупателей. Так Tiffany & Co в 2014 году выпускает коллекцию Tiffany T. Она минималистична, повседневна и утилитарна. Это коллекция для женщин, которые работают и могут купить себе украшение на каждый день, а значит стоит такое изделие недорого.

Спустя несколько лет коллекция Tiffany T исчерпала свои возможности, и в 2020 году появилась интерпретированная версия – Tiffany T1 с обновленными ювелирными украшениями, но практически прежним слоганом, в котором говорится, что драгоценные камни нужны не только для особых случаев, а их можно носить каждый день.

Компании все больше уделяют внимания потребностям клиента: стараются понять его интересы и вкусы. Ассортимент расширяют, опираясь на возрастные и гендерные

категории: появляются коллекции для мужчин, которые включают в себя серьги, браслеты и кулоны.

Ювелирное производство шагает в ногу со временем, оно не боится технологических новинок. Например, часы от Gucci распознают голос владельца, они могут звонить и принимать сообщения, а кольца, браслеты бренда Ringly синхронизируются со смартфоном. Ювелирные дома идут на смелые эксперименты, привлекая звезд шоу-бизнеса, чтобы обрести еще большую популярность и привлечь молодежь.

Происходит индивидуализация украшений, появляются именные подвески, конструкторы для сбора индивидуального украшения. Bvlgari выпускают коллекцию часов, в которой материал, циферблат, цвет корпуса и ремешка покупатель выбирает самостоятельно.[3]

В обозначенных конкурентных условиях, которым сопутствуют высокие, но при этом изменчивые требования, Boucheron выпускает две коллекции ювелирного искусства в год: одну в январе, а другую в июле. Январская коллекция посвящена наследию – это взгляд на прошлое с точки зрения стиля и современности, а для июльской ведется разработка инновационных украшений.

Основная задача январской коллекции заключается в том, чтобы облегчить и поработать над аспектом многоразового использования вещей, сделав их ношение крайне простым. Многофункциональный подход всегда был частью истории Boucheron, но раньше сложность заключалась в создании мультифункциональных украшений из-за слабого технического развития. Теперь ювелирный дом может позволить себе взять из архива коллекцию прошлых лет и переделать под современный лад.

Когда заканчивается разработка дизайна украшения, то новое изделие обязательно наносят на фотографии людей в Photoshop, если раньше использовались исключительно женские фотографии, то теперь используют и мужские. Это новый аспект по сравнению с прошлым, когда не предполагалось использование архивных украшений мужчинами. В итоге, коллекция становится универсальной – предполагает ношение одного и того же изделия мужчинами и женщинами.

Трансформация украшений – еще один аспект современного бренда Boucheron. Использование драгоценностей для подтверждения статуса – это удел прошлого. Сегодня ювелирный дом предлагает интересные украшения, которые можно носить каждый день, которые интересны человеку. [5]

Все 163 года Boucheron держит марку, предлагая лучшие украшения, а сегодня также часы и парфюмерию. Ювелирный дом владеет 34 бутиками по всему миру, а также входит в число самых престижных ювелирных домов, сохранивших наследие и исключительный стиль. При этом компания активно осваивает онлайн-пространство: сейчас у бренда лаконичный и

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

приятный сайт с представленным ассортиментом товара, описанием и даже некоторыми советами.

Исходя из интервью 2020 года генерального директора Hélène Poulit-Duquesne, можно понять, как Boucheron развивается во время пандемии COVID-19 и в целом о будущем бренда. Например, из-за пандемии многие клиенты не могут приехать в Париж и ознакомиться с ювелирными украшениями. Специалисты Boucheron разработали технику продаж в бутике в Париже – это показ презентаций VIP-клиентам. Таким клиентам ювелирный дом подбирает украшения, которые как они знают, могут им подойти, и демонстрируют через Zoom. Презентация должна проходить быстро и быть хорошо организованной, потому что клиенты хотят увидеть максимум деталей и не тратить много времени. Другой вариант ознакомиться с товаром – это отправка коллекции: если человек не может приехать, то будет путешествовать коллекция.

Таким образом, ювелирный дом Boucheron – это отличный пример того, как современный бренд подстраивается под новое течение жизни. Этот бренд не гонится за трендами, это не его приоритет. Boucheron творчески подходит к изготовлению изделий и является роскошным домом с уникальными украшениями.

Библиографический список

1. Самые известные ювелирные дома мира [Электронный ресурс]. URL: https://zoloto585.ru/more-bleska/planet/samye-izvestnye-yuvelirnye-doma-mira/ (дата обращения 01. 04.2021)

2. Бриллианты в каждый дом [Электронный ресурс]. URL: https://theblueprint.ru/fashion/industry/mid-priced-jewellery-by-premium-brands (дата обращения 01. 04.2021)

3. Что может спасти ювелирный рынок России [Электронный ресурс]. URL: https://arenaslab.com/5_years_of_free_fall_what_can_save_the_russian_jewelry_market (дата обращения 01. 04.2021)

4. История компании Boucheron [Электронный ресурс]. URL: https://emporiumgold.com/news/istoriya-kompanii-boucheron/ (дата обращения 01. 04.2021)

5. О новой коллекции Высокого ювелирного искусства Boucheron [Электронный ресурс]. URL: https://vogue.ua/article/fashion/aksessuary/dragocennaya-istoriya-kler-shuan-o-novoy-kollekcii-vysokogo-yuvelirnogo-iskusstva-boucheron.html (дата обращения 01. 04.2021)

6. Ювелирное дело [Электронный ресурс]. URL: https://uvelirnoedelo.ru/kak-boucheron-rabotaet-vo-vremya-pandemii/ (дата обращения 23. 04.2021).

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

УДК 33

Musikhin V.I. Determination of the Enterprise Competitiveness Factors

Musikhin Vladislav I.,
Russian Foreign Trade Academy,
International Economics faculty, Graduate Student;
Federal Antimonopoly Service of the Russian Federation, Department for Industry Control, Advisor of the Department
Scientific adviser
Balakireva S., Russian Foreign Trade Academy,
Department of Management and Marketing,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department

Abstract. *The investigation is devoted to the analysis of the experience of Russian and foreign scientists in determining the factors of enterprise competitiveness in a market economy. Special attention is paid to the factors of the external environment of the enterprise. The author enunciates the auctorial definition the factors of competitiveness of an economic entity.*
Keywords: *factors of the competitiveness, market economy, international economics*

The question of how factors affect the competitiveness of an enterprise has been considered by various scientists in a significant body of research.

According to A. Bataeva [1] the concept of 'enterprise's competitiveness' includes a large set of socio-economic characteristics that demonstrate the position of a business entity in the market and at the same time includes a set of, on the one hand, internal factors of the enterprise's competitiveness, determined by the level of use of its scientific, technical, production, human resources, the potential of marketing services implemented in the process of reproduction, and on the other – external socio-economic and organizational factors (legal basis of activity, financial and credit, tax policy, type and capacity of the market, characteristics of competitors, characteristics of the influence of public organizations and political parties, etc.) which enables the company to create products or services that are more attractive to the consumer in terms of price and non-price characteristics than the products of competitors.

And then, in turn, the management of the company's competitiveness factors from the point of view of the company's management includes the entire set of actions aimed at stimulating the development of the information, financial and personnel bases of the industry; the overall development of the infrastructure of production facilities; increasing the share of internal

[1] Bataeva A. Factors of enterprise competitiveness // News of TulSU. Economic and legal sciences. 2012. No. 1-1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/faktory-konkurentosposobnosti-predpriyatiya (accessed on 16.04.2021).

accumulation, increasing investment activity, developing new projects and developing modernization solutions. Therefore, ensuring competitiveness at the macro level provides for a regulatory impact in terms of improving the old and developing new approaches to preventive measures against unfair competition of economic entities, abuse of their dominant position, as well as general provisions concerning the promotion of knowledge-intensive development, active R&D by economic entities, providing the state with socio-political, geopolitical adequate and acceptable conditions for the development of a competitive open market.

R. Nurimukhametov, in his research, examines the investment factors of the concept of competitiveness and concludes that in order to increase competitiveness in general, it is necessary to improve the overall investment climate, and the most effective element of investment policy is to improve the regulatory framework for investment activities, develop and implement a long-term investment strategy. This gives, as practice shows, the maximum result in the shortest possible time.[2] The method of diversification of competitiveness factors into internal and external ones is proposed by T.-K. Abdurakhimov.[3]

1. Internal factors include among other issues:

— product competitiveness (quality, composition, [ricing, additional services, guarantees, compliance with regulations);

— the financial position of the organization in the market (solvency, efficiency of its activities);

— marketing and sales performance (market share, sales volume);

— production competitiveness (development potential, efficiency);

— production capacity (innovative technologies, human capital).

2. External factors include among other issues:

— government regulation:

— in the field of economics (tax, depreciation, credit, investment policy);

— in the field of administrative management (legislation, certification and standardization of production, legal protection of consumers);

— characteristics of the market in which the organization operates (type, capacity, competitors);

— political situation and socio-economic situation in the state.

In turn, E. S. Sergeeva and O. N. Safonova assess the clustering of the economy as a key factor of competitiveness. The socio-economic effect of cluster development manifests itself in

[2] Nurimukhametov R. Investment factors of competitiveness // Bulletin of the Kazan Technological University. 2008. No. 1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnye-faktory-konkurentosposobnosti (accessed on 16.04.2021).

[3] Abdurahimova F. Competitiveness: the concept and factors / / Life Sciences and Agriculture. 2020. №2-2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-ponyatie-i-faktory (accessed on 16.04.2021).

the following areas: a cumulative increase in the productivity and competitiveness of companies and sectors of the economy, that is, enterprises that carry out economic activities in more developed clusters are more productive than companies in less developed clusters. The authors suggest as a stimulating effect an increase in the factor of innovation potential, which implies that more developed clusters have a greater innovation potential, which can be measured, for example, by the number of patents, stimulating new companies, since developed clusters contribute to the emergence and development of new small and medium-sized companies that not only improve the competitive environment and lower the level of market concentration, but also 'push forward' other companies to modernize and optimize their activities; from the point of view of the socio-economic development of the regions, the development of clusters has a positive impact on the level and structure of employment, the level of wages in the region.[4]

One of the famous and proved tool for the competitiveness analysis is the model of M. Porter The concept of the five competitive forces was described in detail in 1980 in the book 'Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors'. Subsequently, this model became an important tool for the analysis of the corporate environment as part of the strategic process. Porter's concept is based on the fundamental recognition that a company's strategy should be based on its environment. In particular, 'the competitive strategy ... emerge from a differentiated understanding of the industry structure and the way it changes.' Porter has identified five competitive forces that work in every industry and market. The expression of these forces determines the intensity of competition in an industry and its profitability and attractiveness. The aim of the corporate strategy should therefore be to find ways to weaken these competitive forces in relation to one's own company. Porter's model serves the analysis of the driving forces acting in the respective industry. On the basis of this information, companies can decide on activities aimed at influencing or exploiting individual aspects.[5]

Not the price alone makes a product or performance cheap or expensive. In competition, many other factors play a role such as delivery speed, location, awareness or speed of innovation. Idiosyncrasies of a particular product are extremely important, because it is almost a kind of natural law: of two competitors who rely on the same combination of competitive factors, one goes under. The state can exert a significant influence on competition, e.g. by regulating prices and/or granting approvals. Accordingly, the examination of projects subject to approval should also be part of the competitive analysis. In some industries, suppliers are strongly tied to their customers (e.g. contractually). In the competition analysis, one should demonstrate what difficulties the

[4] Sergeeva E., Safonova O. Competitiveness of an enterprise as a determining factor of the country's competitiveness / / Models, systems, networks in the economy, technology, nature and society. 2012. No. 2 (3). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-predpriyatiya-kak-opredelyayuschiy-faktor-konkurentosposobnosti-strany (accessed: 16.04.2021).

[5] Porters fünf Wettbewerbskräfte URL: https://managementportal.de/Ressources/P5F.htm (accessed on 16.04.2021).

company could face due to a strong negotiating position of suppliers and how you would react to them (this factor may also be relevant for competition analysis).

Customers can have a big impact on pricing. The competitive analysis should accordingly describe the bargaining power of your target customers. The negotiating power of customers may also be important for their competitive analysis, especially if there is strong customer loyalty.

In the complete competition analysis (including competition analysis), one should mention the barriers to market entry, as this enables to highlight which obstacles the economic entity is to overcome when entering the market. For D. S. Zhilyaev, one of the most important factors for increasing the competitiveness of production is the improvement of the quality of products or services provided. In his judgment, improving the quality of products is currently regarded as a crucial condition for its competitiveness in the domestic and foreign markets. The competitiveness of products largely determines the prestige of the country and is a decisive factor in increasing its national wealth.[6] Personnel, their movement and "fluidity" as a factor of competitiveness are considered in the works of N. B. Fateeva.[7]

Thus, it can be concluded that different scientists understand the factors of competitiveness in a different way. According to the author, the factors of competitiveness should be understood as indices-indicators determined based on the purpose of the study: financial and economic, marketing, production and technological, personnel and environmental, as well as the ability of the subject to crisis-free functioning and timely adaptation to changing environmental conditions.

References

1. Bataeva A. Factors of enterprise competitiveness // News of TulSU. Economic and legal sciences. 2012. No. 1-1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/faktory-konkurentosposobnosti-predpriyatiya (accessed on 16.04.2021).

2. Nurimukhametov R. Investment factors of competitiveness // Bulletin of the Kazan Technological University. 2008. No. 1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnye-faktory-konkurentosposobnosti (accessed on 16.04.2021).

3. Abdurahimova F. Competitiveness: the concept and factors / / Life Sciences and Agriculture. 2020. №2-2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-ponyatie-i-faktory (accessed on 16.04.2021).

[6] Zhilyaev D. Quality as a factor of competitiveness / / EKONOMINFO. 2007. No. 7. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kachestvo-kak-faktor-konkurentosposobnosti (accessed on 16.04.2021).

[7] For example, Fateeva N. An important factor of personnel competitiveness / / AVU. 2012. No. 10-2 (105). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vazhnyy-faktor-konkurentosposobnosti-personala (accessed on 16.04.2021).

4. Sergeeva E., Safonova O. Competitiveness of an enterprise as a determining factor of the country's competitiveness / / Models, systems, networks in the economy, technology, nature and society. 2012. No. 2 (3). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-predpriyatiya-kak-opredelyayuschiy-faktor-konkurentosposobnosti-strany (accessed: 16.04.2021).

5. Porters fünf Wettbewerbskräfte URL: https://managementportal.de/Ressources/P5F.htm (accessed on 16.04.2021).

6. Zhilyaev D. Quality as a factor of competitiveness / / EKONOMINFO. 2007. No. 7. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kachestvo-kak-faktor-konkurentosposobnosti (accessed on 16.04.2021).

7. For example, Fateeva N. An important factor of personnel competitiveness / / AVU. 2012. No. 10-2 (105). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vazhnyy-faktor-konkurentosposobnosti-personala (accessed on 16.04.2021).

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

СЕКЦИЯ 4. ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

УДК 34

Кондрахина Г. В. Актуальные проблемы развития приказного производства в гражданском процессе

Actual problems of the development of order production in the civil procedure

Кондрахина Галина Владимировна
магистрант гр. ОМЮ-1903МОгп,
НОЧУ ВО «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»
Научный руководитель
Понарина Наталья Николаевна
НОЧУ ВО «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»
Kondrakhina Galina Vladimirovna
master student gr. OMYu-1903MOgp,
NEPI HE «Moscow Financial and Industrial University «Synergy»
Sientific adviser: Ponarina Natalia Nikolaevna
NEPI HE «Moscow Financial and Industrial University «Synergy»

Аннотация. *Актуальность темы вызвана возрастающей ролью приказного производства. Обоснованием данной теории также является внедрение института приказного производства в административный, гражданский и арбитражный процесс. Однако законодательство данного института содержит много пробелов, для урегулирования коллизий в нормативно-правовых актах, в целях обеспечения правильного и единообразного применения судами положений было принято Постановление Пленума ВС РФ от 27.12.2016 № 62. Данное положение поясняет и дает правильную характеристику ГПК РФ и АПК РФ о приказном производстве. Однако, приказное производство имеет ряд острых проблем. Остановимся на несколько из них: во-первых, одним из актуальных проблем является рассмотрение заявления судьей единолично и вынесение определения об отказе в принятии заявления на основании «спора о праве» (пункт 3 части 3 статьи 125 ГПК РФ). Основная проблема заключается в том, что на сегодняшний день нет четкого понимания ни в судебной практике, ни в законодательстве что под собой представляет «Спор о праве» [4].*

Ключевые слова: *приказное производство, судебный приказ, спор о праве, усовершенствование института приказного производства, спорные вопросы приказного производства.*

Abstract. *The relevance of the topic is caused by the increasing role of the order production. The rationale for this theory is also the introduction of the institution of order production in the administrative, civil and arbitration process. However, the legislation of this institution contains many gaps, in order to resolve conflicts in regulatory legal acts, in order to ensure the correct and uniform application of the provisions by the courts, the Resolution of the Plenum of the Supreme Court of the Russian Federation of December 27, 2016 No. 62 was adopted. the Code of the Russian Federation and the Arbitration Procedure Code on order production. However, the order production has a number of acute problems. Let us dwell on a few of them: firstly, one of the pressing problems is the consideration of the application by the judge alone and the issuance of a ruling on refusal to accept the application on the basis of a "dispute about law"*

(paragraph 3 of part 3 of article 125 of the Civil Procedure Code of the Russian Federation). The main problem lies in the fact that today there is no clear understanding either in judicial practice or in legislation of what constitutes a "Dispute on Law" [4].

Keywords: *decree production, judicial order, dispute about law, improvement of the institution of mandative production, contentious issues of mandative production.*

Тезис: в статье рассматриваются актуальные проблемы развития приказного производства в гражданском процессе, так как на сегодняшний день этот тип судопроизводства является самым оптимальным и менее затратным в обеспечении своих прав и законных интересов суде. Также в статье рассматриваются проблемы и пути решения развития приказного производства в гражданском процессе.

Каждый судья на свое усмотрение может узреть в заявлении и в приложенных документах спорность правоотношений и вынести определение об отказе прописав в нем только лишь статью ГПК и словосочетание «Спор о праве» [1, С. 92]. В связи с этим, у заявителя автоматически исключается возможность обжаловать данное определение.

Ведь спорность заключается в том, что у судьи присутствуют неустранимые сомнения на основании изучения и проверки представленных документов, из-за которых она не может вынести судебный приказ [2, С. 159]. Решение данной проблемы мы видим в изменении в законодательстве основания «спора о праве» на основание «неустранимые недостатки» и указать на вид недостатка, чтобы у заявителя было четкое понимания отказа в вынесении судебного приказа. Вторая наиболее острая проблема в приказном производстве - уведомление должника о вынесении судебного приказа.

В соответствии с ГПК Судья высылает копию судебного приказа должнику, который в течение десяти дней со дня получения приказа имеет право представить возражения относительно его исполнения (ст. 128 ГПК РФ). Проблема заключается в том, суды не всегда ответственно исполняют и направляют копию судебного приказа должнику заказным письмом с уведомлением о вручении. Это может быть связано с несколькими причинами, например: отсутствие финансирования судебных участков в отдельных регионах России, постоянная смена кадров в судебной системе, примером может послужить Краснодарский край, каждый месяц на мировых участках меняется аппарат суда, халатность сотрудников суда, также не исключены почтовые задержки и утери писем.

Однако законодатель не установил срок, в течение которого суд должен направить копию судебного приказа. Также не предусмотрены последствия того, что по указанному адресу должник может и не проживать и им не будет получена копия судебного приказа, или он ее получит фактически спустя долгое время, ведь день получения приказа определяется днем, когда копия заказным письмом с уведомлением поступила по адресу, указанному взыскателем. Бороться с данной проблемой можно только в том случае, если будут

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

соблюдены все требования законодательства и будет осуществляться проверка отправки судебных актов высшими органами управления суда.

Из этой проблемы вытекает следующая - отмена судебного приказа. В соответствии со ст. 129 ГПК РФ Судья отменяет судебный приказ, если от должника в установленный срок поступят возражения относительно его исполнения. В определении об отмене судебного приказа судья разъясняет взыскателю, что заявленное требование им может быть предъявлено в порядке искового производства. Копии определения суда об отмене судебного приказа направляются сторонам не позднее трех дней после дня его вынесения. Часто в судебной практике встречаются определения о восстановлении сроков для подачи возражения должником и в последующей отмене судебного приказа, при этом судебный приказ был вынесен год назад, но из-за того, что должник не получал копию судебного приказа и не был извещен должным образом, ему восстанавливают срок и отменяют спустя долгое время приказ [3].

В связи с этим нарушается право взыскателя и доставляет ему массу проблем. Взыскателю нужно будет обращаться в службу судебных приставов для возврата исполнительного документа, далее производить поворот решения и факту все уплаченные денежные средства, которые поступали на погашение долга, будут обратно возвращены должнику. Все это приведет к затягиванию процесса, а суть подачи заявления в порядке приказного производства попросту исчезает. Учитывая вышеизложенное, считаем необходимым Управлению Судебного департамента ВС РФ направить письмо во все Областные (Республиканские) суды о необходимости проведения собраний со всеми Председателями Федеральных судов, мировых судей региона по поводу разъяснения норм ГПК и ППВС относительно процедуры отмены судебных приказов и восстановления сроков для подачи возражений на СП со стороны должников. В законе прописано, что у должника есть 10 дней на подачу возражения с момента получения письма, также считаем, необходимым добавить, чтобы заявление содержало обоснования и развернутый ответ, почему у него нет возможности исполнить судебный приказ.

Так как многие граждане, зная, что заведомо не будут платить, злоупотребляют правом и не платят по договорным отношениям с различными организациями.

Таким образом, суды попустительствуют прямому злоупотреблению процессуальными правами со стороны должников, впустую тратятся бюджетные средства. Исполнение судебных актов затрудняется, т.к. должник получает возможность избавиться от имущества. Проблема присутствует, несмотря на совершенно чёткие и логичные разъяснения ППВС № 62 относительно процесса отмены судебного приказа.

Еще одна актуальная проблема на сегодняшний век новых технологий - это Мировые судьи не имеют технической возможности принимать документы в электронном виде, то есть

НОО «Профессиональная наука» использует Creative Commons Attribution (CC BY 4.0): лицензию на опубликованные материалы - https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru|

документы в электронном виде принимают только Федеральные (городские, районные и т.д.). К сожалению, мы пока только можем говорить в будущем о возможности направления заявлений в мировые суды в электронном виде. Электронный документ – это выполненные в бумажном варианте, отсканированные документы, которые необходимо подписывать усиленной, квалифицированной электронной подписью [5]. Вся информация о направленных в суды делах «привязана» к личному кабинету сотрудника в «Госуслугах. Это приводит к техническому неудобству использования усиленной квалифицированной электронной подписи. Устранение данной проблемы в мировых судах могло бы еще больше упростить процесс формирования и подачи заявления в суд в приказном порядке. Пока эта проблема может решится только после оснащения мировых судов необходимой техникой. В статье рассмотрели наиболее выраженные проблемы в приказном производстве. На основании вышеизложенного полагаем, что посредством правового регулирования предложенные усовершенствования института приказного производства и финансирования со стороны государства положительно отразятся на качестве правосудия, повысят его эффективность, доверие общества и будут способствовать оптимизации гражданского судопроизводства.

Библиографический список

1. Ходеева У. А. Приказное производство как форма судопроизводства: проблемы и перспективы правового регулирования // Молодой ученый. 2016 г., № 15.1., С. 91-94.
2. Синцов Г. В. К вопросу об изменении оснований возвращения и отказа в принятии судом заявления о вынесении судебного приказа // Успехи современного естествознания. 2014 г., № 9-2., С. 159-161
3. Определение от 23 марта 2016 г. по делу № 11-14/2016, Костромской районный суд (Костромская область).
4. Решение по делу 11-184/2018 (19.03.2018, Краснооктябрьский районный суд г. Волгограда (Волгоградская область)
5. Саврасова Л.Н., Петрина В.В., Снопова Е.А. Правоовые основы применения электронного документаоборота в судах общей юрисдикции // Международный студенческий научный вестник, 2017. - № 6, С. 7

Электронное научное издание

Научные исследования и разработки: приоритетные направления и проблемы развития

сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции

15 мая 2021 г.

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к сотрудничеству обращаться по электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов

ISBN 978-1-008-95263-8

9 781008 952638

Формат 60x84/16. Усл. печ. Л 3,2. Тираж 100 экз.
Lulu Press, Inc. 627 Davis Drive Suite 300
Morrisville, NC 27560
Издательство НОО Профессиональная наука
Нижний Новгород, ул. М. Горького, 4/2, 4 этаж, офис №1