



ИнтерактивПлюс
Центр Научного Сотрудничества

АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ X МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова»

Актюбинский региональный государственный университет
имени К. Жубанова

Актуальные направления научных исследований: перспективы развития

Сборник материалов
X Международной научно-практической конференции

Чебоксары 2019

УДК 08
ББК 72
А43

*Рекомендовано к публикации редакционной коллегией
Приказ №656-ЭК от 12.08.1019*

Рецензенты: **Бекназаров Рахым Агибаевич**, д-р ист. наук, профессор Актюбинского регионального государственного университета им. К. Жубанова, Республика Казахстан
Иваницкий Александр Юрьевич, канд. физ.-мат. наук, профессор, декан факультета прикладной математики, физики и информационных технологий ФГБОУ ВО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова»
Стойчева Мария Стойчева, д-р филос. наук, преподаватель Лесотехнического университета, София, Республика Болгария

**Редакционная
коллегия:**

Широков Олег Николаевич, главный редактор, д-р ист. наук, профессор, декан историко-географического факультета ФГБОУ ВО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова», член Общественной палаты Чувашской Республики
Абрамова Людмила Алексеевна, д-р пед. наук, профессор ФГБОУ ВО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова»
Яковлева Татьяна Валериановна, ответственный редактор
Кулагина Татьяна Юрьевна, помощник редактора

Дизайн

обложки: **Фирсова Надежда Васильевна**, дизайнер

А43 **Актуальные направления научных исследований: перспективы развития** : материалы X Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 25 октября 2019 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2019. – 208 с.

ISBN 978-5-6043527-8-6

В сборнике представлены материалы участников X Международной научно-практической конференции, посвященные актуальным направлениям развития образования и науки. Приведены результаты теоретических и прикладных изысканий представителей научного и образовательного сообщества в данной области. Предназначен для широкого круга читателей. Статьи представлены в авторской редакции.

ISBN 978-5-6043527-8-6
DOI 10.21661/a-656

УДК 08
ББК 72
© Центр научного сотрудничества
«Интерактив плюс», 2019

Жукова А.О., Стрекалова С.А. Особенности учета транспортного налога на предприятии.....	140
Замула С.В. Основные характеристики современной организации в сравнении с компаниями с традиционным менеджментом.....	142
Ибрагимова А.Х. Создание информационного поля стратегического контроллинга	146
Калганова Н.В. Развитие профессорско-преподавательского состава вуза как фактор инновационности и повышения качества подготовки специалистов.....	149
Круглов А.И. Основные направления управления корпоративным имиджем.....	152
Малыхина А.А., Стрекалова С.А. Особенности проведения аудиторской проверки в страховых организациях.....	154
Никитин А.Э. Продвижение в digital-среде.....	156
Пентина Д.В. Наружная реклама: вчера, сегодня и завтра	158
Плиев М.-Б.А., Алексеева И.В. Организация системы внутреннего контроля в строительных компаниях	161
Сакеян А.В., Стрекалова С.А. Учет реализации товаров на экспорт..	164
Серегина М.В. Мотивация и стимулирование персонала на предприятии.....	166
Сухов П.Ю., Стрекалова С.А. Особенности учёта НДС при импорте товаров и услуг.....	169
Ткаченко М.А. Актуальные вопросы учета готовой продукции.....	172
Флюстикова О.Ю., Сычев Р.А. Современные тенденции развития стратегического аудита в условиях цифровизации	175

ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

Абросимов В.Е. Юридическая оценка жестокого обращения как признака неисполнения обязанностей по воспитанию несовершеннолетнего (ст. 156 УК РФ).....	179
Байков А.К., Абутидзе Д.М. Дискуссионные вопросы оценки признаков объективной стороны невыплаты заработной платы и иных обязательных выплат (ст. 145.1 УК РФ)	182
Гургенидзе Т., Забеляев Д.А. Некоторые особенности нормативной регламентации участия третьих лиц в гражданском процессе	185
Еремина М.Н., Крат С.А. Доктринальные и правоприменительные аспекты юридического анализа договора выкупного лизинга.....	188
Пелехова Е.М., Садоян Ю.Ф. Криминологические аспекты установления уголовной ответственности за легализацию преступных доходов в современном отечественном законодательстве.....	191
Тихоненко Д.В., Коршакова К.В. Взыскание расходов за услуги представителя: состязательность сторон или произвол суда.....	195

Исходя из вышесказанного, можно сделать следующие выводы. В настоящее время имидж играет одну из решающих ролей в коммерческом успехе организации. Существуют несколько независимых стратегий построения имиджа, но ничего не мешает их сочетать для большего успеха. Также для достижения лучшей функциональности организации важно помнить о соответствии внешнего имиджа внутреннему. Такой подход создаст наиболее цельный образ и лучше усвоится аудиторией. А для того, чтобы построенный образ был считан правильно, нужно продумать максимум его деталей. Это позволит избежать недопонимания целевой аудитории и упростит дальнейшие корректировки бренда.

Список литературы

1. Аксенова К.А. Реклама и рекламная деятельность: конспект лекций / К.А. Аксенова. – М.: Приор-издат, 2005. – 96 с.
2. Меньщикова В.В. Регуляция взаимоотношений организации с общественностью службами ПР: дис. ... канд. психол. наук. – М., 1998. – 186 с.
3. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа / А.Ю. Панасюк. – М.: Омега-Л, 2017. – 272 с.
4. Ульяновский А.В. Корпоративный имидж: технологии формирования для максимального роста бизнеса / А.В. Ульяновский. – М.: Эксмо, 2008. – 400 с.
5. Шарков Ф.И. Имидж фирмы. Технологии управления / Ф.И. Шарков. – М.: Академический проект, 2014. – 272 с.

Малыхина Анастасия Андреевна

студентка

Стрекалова Светлана Александровна

доцент, старший преподаватель

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный
индустриальный университет»

г. Новокузнецк, Кемеровская область

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ В СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Аннотация: в статье рассматриваются особенности организации аудиторского контроля за деятельностью страховой компании, а также перечень основных документов, проверяемых при аудите и его этапы.

Ключевые слова: аудит, страховая компания, страховые выплаты, риск, страховые резервы, аудиторская проверка, особенности аудита.

Без процесса страхования представить развитие рынка и рыночных отношений невозможно, потому что рынок всегда включает в себя риск.

Любая организация независимо от вида деятельности нуждается в аудиторской проверке, которая включает в себя сбор, оценку и анализ информации для понимания финансового положения.

В рамках данной статьи рассмотрим особенности проведения аудита в рамках страховой компании. Согласно закону РФ «Об организации страхового дела в Российской Федерации» от 27.11.1992 №4015–1 ст. 2 страховая деятельность (страховое дело) – это сфера деятельности страхов-

щиков по страхованию, перестрахованию, взаимному страхованию, а также страховых брокеров по оказанию услуг, связанных со страхованием, с перестрахованием [1].

Аудиторская проверка страховой организации необходима для выявления ошибок в составлении отчетности, контроля ее достоверности. Годовая бухгалтерская (финансовая) отчетность страховой компании подлежит обязательному аудиту [2]. Возможно провести два вида проверки: внутреннюю и внешнюю. В рамках внутреннего контроля назначается должностное лицо или создается структурное подразделение, которое проведет контроль за ведением бухгалтерского учета, изучит надежность системы внутреннего контроля и даст оценку эффективности деятельности организации. Внутренний аудит особо важен для тех компаний, у которых есть отдельные филиалы, так как необходим контроль и оценка деятельности всей организации.

Внешняя проверка может быть как на добровольной основе, так и нет. Для этого нанимается аудиторская фирма или независимый аудитор, при этом он должен иметь лицензию для осуществления аудита в данной сфере. Добровольная проверка проводится по инициативе руководителя фирмы, для получения отчета с выявленными недостатками в своей деятельности. Аудит может проводиться как по организации в целом, так и в отдельных ее частях.

Аудиторская проверка также как и в других сферах в основном направлена на проверку операций с основными фондами, товарно-материальными ценностями и нематериальными активами, соблюдения трудового законодательства и расчетов по оплате труда, расчетно-платежных и кассовых операций, расчетов с дебиторами и кредиторами и так далее. Но здесь также и имеется ряд особенностей, принадлежащих страховой компании, рассмотрим их далее.

Отличие заключается в том, что есть специальное страховое законодательство, а также нюансы в ведении бухгалтерского учета, составлении отчетности, определении финансовых результатов и налогообложении. Сначала необходимо проверить аудитору соответствие законодательству документы: устава, учредительного договора, свидетельства о государственной регистрации, лицензии на осуществление страховой деятельности, а также на отдельные виды страхования. Важно удостовериться, чтоб страховая организация не вела дополнительных торгово-посреднических и производственных операций.

В рамках отчетности необходимо смотреть правильность применения плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности страховых организаций. Особое внимание следует обратить на форму №14 «Отчет о составе активов принимаемых для покрытия собственных средств страховой организации». Для установления достоверности информации в этой форме необходимо сравнить ее данные с данными аналитического учета по счетам финансовых вложений и других счетов, на которых учитываются активы, принимаемые для покрытия собственных средств страховой организации.

Одной из основных статей расходов страховой компании являются страховые выплаты. Поэтому необходимо тщательно проверять обоснование, своевременность осуществления и отказ в страховых выплатах. Также в данных организациях создаются специальные резервы, которые

требуют проверки. Проверка резервов страховой организации является объемной и трудоемкой работой, потому что они отражают неисполненные страховые обязательства компании по договорам страхования по состоянию на дату составления отчета. Некоторые операции могут вестись в иностранной валюте, поэтому необходимо устанавливать законность осуществления и правильность учета таких операций.

Следует обратить внимание и на статьи затрат, которые в последующем будут включены в себестоимость страховых услуг. Необходимо установить обоснованность включения тех или иных расходов в себестоимость и правильность формирования финансовых результатов.

Российские специалисты (Ю.А. Данилевский и С.М. Шапигузов и т. д.) обычно выделяют следующие этапы проведения аудита: подготовка и планирование аудиторской проверки, проведение самой проверки, заключительный этап аудита.

Итак, аудиторская проверка страховой организации может проводиться как на добровольной основе, так и быть обязательной, а также в определенной логистической последовательности. Важно обращать внимание на соответствие документов законодательству, изучить правильность заполнения баланса и отчетности страховой организации.

Список литературы

1. Закон РФ «Об организации страхового дела в Российской Федерации» от 27.11.1992 №4015–1 ст. 2 (ред. от 28.11.2018).
2. Закон РФ «Об организации страхового дела в Российской Федерации» от 27.11.1992 №4015–1 ст. 29 (ред. от 28.11.2018).

Никитин Алексей Эдуардович

магистрант

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
экономический университет»

г. Санкт-Петербург

ПРОДВИЖЕНИЕ В DIGITAL-СРЕДЕ

Аннотация: в статье освещается понятие «рекламные технологии в Интернете» основные. Рассмотрены основные технологии диджитал продвижения. Сделаны выводы о функциональных возможностях Интернета.

Ключевые слова: рекламные технологии в интернете, контекстная реклама, SMM, SEO.

Современный потребитель ежедневно пользуется поисковыми системами, социальными сетями, электронной почтой и многими другими возможностями Интернета как для личных, так и для рабочих целей. В связи со стремительным развитием, Интернет ушел за рамки развлечений и общения и стал как профессиональным инструментом с одной стороны, так и полем для развития различной коммерции с другой.

На сегодняшний день Интернет – это один из крупнейших каналов коммуникации с наиболее многочисленной аудиторией, которую возможно сегментировать по различным критериям. Он стал таким явлением, которое:

- охватывает более четырех миллиардов человек по всему миру;

156 Актуальные направления научных исследований: перспективы развития