

- повысить контроль за исполнением бюджета учреждениями;
- обеспечить пользователей отчетности информацией о рисках, которым подвержены учреждения на текущий момент;
- повысить качество статистической информации о финансовом состоянии общественного сектора [5, С.131].

Список использованной литературы:

1. Сборник «Международные стандарты финансовой отчетности общественного сектора: официальный перевод» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://old.minfin.ru/ru/budget/sfo/msfo/>
2. Постановление Правительства Российской Федерации 25.02.2011 № 107 «Об утверждении Положения о признании Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности для применения на территории Российской Федерации» [Электронный ресурс]: – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_111243/
3. Проект Приказа Министерства финансов РФ "Об утверждении федерального стандарта бухгалтерского учета для организаций государственного сектора "Представление бухгалтерской (финансовой) отчетности" [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/56559673/#7>
4. Акашева В. В., Ельмеева И. Г. Особенности налогообложения государственных (муниципальных) учреждений / Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: экономика. - 2013. - № 5 (31). - С. 102-107.
5. Акашева В. В., Мамонова Д. В. Особенности системы налогообложения бюджетных организаций и пути ее совершенствования / Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: экономика. - 2013. - № 6 (32). - С. 129-133.

© Кукаева А.О., 2017

УДК 336

А.М. Кулик,
К.э.н., доцент
Д.А. Клиновская,
студентка 2 курса
НИУ «БелГУ»

г. Белгород, Российская Федерация

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СЕЗОННОГО И ФИКСИРОВАННОГО ИЗМЕНЕНИЯ
ЦЕН В СЕТИ МАГАЗИНОВ «FIX PRICE»**

Аннотация

Ценообразование является важной проблемой в рыночной экономике. Именно цена товара - важнейший элемент хозяйственного механизма современных экономических систем. В условиях развития рыночной экономики ее роль неизмеримо возрастает. Цены являются основой всех экономических измерений, оказывают значительное влияние на затраты и результаты деятельности всех хозяйствующих субъектов: и предпринимательских структур, и домашних хозяйств, и народного хозяйства в целом.

Ключевые слова

Цена, сезонные цены, сезонная дифференциация, фиксированная цена

Цены, входящие в качестве составных элементов в единую систему цен, функционирующую в хозяйственном механизме, можно подразделить на отдельные виды в зависимости от наличия у них каких-либо общих признаков. Сезонные цены - это цены, которые изменяются в течение года по сезонам.

Сезонными могут быть розничные цены на некоторые продовольственные товары (картофель, овощи, фрукты и пр.) и закупочные цены на некоторые виды сельскохозяйственной продукции [4]. Сезонная дифференциация цен обуславливается различными издержками производства этих товаров по временам года или дополнительными затратами на их хранение в зимне-весенний период. К примеру, сезонные розничные цены на сельскохозяйственную продукцию нельзя заранее ограничить временем действия: при большом предложении (высоком урожае) можно несколько раз в месяц изменять розничные цены; в неурожайные годы изменение цен происходит реже [3].

Рассмотрим сезонное изменение цен на примере сети магазинов «Fix Price». Начиная с единой фиксированной цены в 30 рублей на все товары, розничная сеть магазинов стала расширять ассортимент, тем самым дала толчок к изменению цен. Являясь редкими посетителями магазинов сети «Fix Price», потребители не обращают внимания на некоторые резкие колебания цен на товары. Однако, исходя из выводов, сделанных путем наблюдения за торговой деятельностью магазинов данной сети, можно определить, что цены на товары продовольственного и непродовольственного назначения, изменяются посезонно на протяжении всего года. И так на настоящий момент цена на товары в «магазинах фиксированных цен» составляет 50 рублей, но в связи с расширением ассортимента к концу 2015 года, появились товары по 55, 77 и 99 рублей. Летом 2015 года на полках и баннерах сети «Fix Price» можно было наблюдать ценники в 45 рублей на все товары. По истечению некоторого времени, ближе к концу осени 2015 года, цены на весь ассортимент товаров выросли до 50 рублей, а к зиме и того составляли 55 рублей на основные товары, пользующиеся наибольшим спросом. С началом 2016 года так называемая «фиксированная цена» магазинов снова снизилась до 50 рублей, а весной-летом опять составила 45 рублей. На конец 2016 года и по сегодня март 2017 цена держится - 50 рублей. В связи с масштабными планами на расширение бизнеса - увеличения количества торговых точек, «Fix Price» предоставляет возможность всем желающим приобрести свою франшизу для дальнейшего взаимовыгодного сотрудничества. Данная программа, о покупке франшизы компании, имеет место быть еще с 2010 года. Торговая сеть предложила выгодные условия, в связи с чем, множество бизнесменов проявили интерес к этой концепции (рис. 1).



Рисунок 1 – График фиксированных цен

«Fix Price» не соблюдая границ, имеет в планах продвигать сеть магазинов далее как центральных районов страны, так и далеко за границы РФ. Возможен такой вариант, что франшиза станет толчком для малого бизнеса на Украине [1]. В основном данная торговая сеть рассчитана на потребителей со средним и низким уровнем доходов, так как они могут там найти буквально все, что нужно для дома, продукты питания, детские игрушки, моющие средства и т.д.

Отметим для истории: в 2007 году создана компания ООО «Бэст Прайс» Сергеем Ломакиным и Артемом Хачатряном в городе Химки Московской области. Компания занималась прочей розничной торговлей в неспециализированных магазинах. Основатели делали ставку на новый формат «магазины с фиксированной ценой на товары», введенный на российский рынок розничной торговли, данный подход долгое время был популярен в других странах и пользовался немалым спросом. Зимой того же года состоялось открытие первого «магазина с фиксированными ценами» сети «Fix Price». Концепция сети «магазинов с фиксированной ценой» давно известна и плодотворно развивается за рубежом, под названиями «variety store», «pound shop», «dollar store» и т.п. Розничная сеть представляет собой магазины,

занимающиеся торговлей универсальных товаров начиная от продуктов питания, товаров ежедневного спроса и заканчивая одеждой и бытовыми приспособлениями. Новый формат был придуман и реализован Фрэнком Уинфилдом Вулвортом. Он еще в 1879 году открыл первый магазин в Соединенных Штатах Америки, с рассматриваемой концепцией, установив цену 5 центов на весь широкий ассортимент предлагаемых товаров. Идею Вулворта оценили по достоинству, такой подход получил признание как в Северной Америке и Западной Европе, так и в других странах мира [2].

Таким образом, отзывы о сети магазинов «Fix Price» самые различные. Покупателей, высказавших свое мнение о магазинах «Fix Price», различают с положительными и отрицательными впечатлениями от покупок. К первым, положительным, относятся люди, которых все удовлетворяет в данной концепции и цена, и качество, и, конечно же, обслуживание. В первую очередь их радует цена, ведь не в каждом магазине можно найти определенные категории товаров по столь низкой цене. Ко вторым, отрицательным, относятся покупатели неудовлетворенные своей покупкой, чаще всего таких потребителей не устраивает качество товаров. Они считают, что их изголавливают за короткий отрезок времени и без последующей проверки, вследствие чего материал или же готовый товар ненадлежащего качества поступает на полки в магазины. Высказав свое мнение, каждый человек дает возможность торговой сети исправлять свои ошибки и развиваться в правильном направлении.

Список использованной литературы:

1. <https://fix-price.ru/>
2. <http://megaidei.ru>
3. Сарсенгалиева Н.Б., Матвеев Ю.В. Особенности формирования цен на факторы в рыночной экономике России // Государственный экономический университет, Самара, Россия
4. Вопросы современной науки: коллект. науч. монография; [под ред. Н.Р. Красовской]. – М.: Изд. Интернаука, 2016. Т. 14. – 132 с.

© Кулик А.М., Клиновская Д.А., 2017

УДК 330

А.М. Кулик,
к.э.н., доцент
Т.Ю. Копанева, К.И. Шанин,
студенты 2 курса
НИУ «БелГУ»
г. Белгород, Российская Федерация

ИННОВАЦИОННЫЕ ТРЕНДЫ В ИНТЕРНЕТ-КОММЕРЦИИ

Аннотация

Электронная коммерция – маркетинг, приобретение и продажа товаров и услуг через компьютерные сети, в основном сеть Интернет. Электронная коммерция предоставляет новые возможности для повышения эффективности коммерческой деятельности в целом. Использование электронной коммерции особенно актуально в условиях экономического кризиса и связано с преимуществами, которые получит фирма после применения интернет-технологий.

Ключевые слова

Электронная коммерция, персонализированные покупки, ретаргетинг, брендовый видеоконтент.

В последнее время электронная коммерция значительно окрепла на рынке, сейчас это большой бизнес. Онлайн – продажи продолжают расти, на конец 2016 года объем мировых сделок, осуществляемых в