

Reducing the corporate tax rate from 5 % to 2 % will increase revenues by \$ 1.9 trillion. sum 1trln. soums. As a result of the increase in the tax base (7 times) due to the coverage of all business entities with the payment of property tax, in 2019 revenues from this tax will reach 1.6 trillion. soums. At the same time, revenues from new taxpayers (55,705 enterprises) for 2019 will amount to about 629 billion. soums or one third of the total revenue.

The number of land tax payers from legal entities increased by 5.8 times compared to 2018 and amounted to 74,707 enterprises, the number of taxpayers for the use of water resources increased by 14.8 times and amounted to 50,898 enterprises. Accordingly, for 2019, revenues from land tax from legal entities increased by 298.4 billion soums due to the expansion of the range of taxpayers (for reference: taxable land increased by 388.6 thousand hectares and amounted to 888.6 thousand hectares), water Taxes on the use of natural resources increased by 33.5 billion soums.

At the same time, due to the indexation of the rates of land tax (1.2 times) and the tax on the use of water resources (1.2 times), additional revenues from land tax in 2019 will be 133.3 billion soums. soums, 26.9 bln. soums on taxes for the use of water resources. soums.

\$ 100 billion in taxes on water use Additional revenues in the amount of UZS (according to estimates) were provided by increasing tax rates for industrial enterprises (3 times) and for enterprises specializing in vehicle washing (10 times) from October 1, 2018.

Revenues from subsoil use taxes in 2019 will reach 4.2 trillion. soums and amounted to 12.6 trillion soums. soums:

- Rising prices for precious and non-ferrous metals, changes in tax procedures and exchange rates;
- Changes in tariffs for natural gas produced within the system of Uzbekneftegaz;
- Calculation and payment of taxes not less than fixed rates for certain types of minerals (in particular, rock (edible) salt, limestone for production of cement, limestone, dolomite, marble slabs, raw bricks, construction sand, etc.) order setting.

Revenues from the single land tax in 2019 will amount to 273.1 billion. soums, of which about 40 bln. soums - additional revenues for agricultural enterprises engaged in fruit and vegetable production due to the experience of introducing the calculation of the single land tax for lands engaged in fruit and vegetable production on the basis of the base tax rate and score-quality, taking into account the quality of land.

УДК 657

ПРОБЛЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ПРОДАВЦОВ НА МАРКЕТПЛЕЙСКАХ

Журавлевич А. В.

***Белорусский государственный экономический университет, г. Минск,
Республика Беларусь***

Научный руководитель: Черноокая Е. В., к.э.н., доцент кафедры

Для белорусских поставщиков рынок маркетплейсов является относительно новым. Активные продажи начались с 2018 года. И на сегодняшний момент остаются открытыми вопросы учета продаж через маркетплейсы, что может препятствовать эффективной работе селлеров.

Маркетплейсы – это онлайн-площадки, позволяющие купить товар разных поставщиков на одной платформе.

К основным преимуществам маркетплейсов, которые привлекают покупателей, что в свою очередь увеличивает и количество продавцов на маркетплейсах, можно отнести:

- отлаженная система добавления новых «поставщиков» и вывода их товаров или услуг на аудиторию;
- посещаются чаще, чем специализированные интернет-магазины;
- все товары и продавцы находятся в одном месте;
- наличие честной системы отзывов и рейтингов, а также их положительное влияние и другие, представленные на слайде.

Существуют площадки, продающие товары OZON, «Вайлдберриз», «Яндекс.Маркет», а также продающие услуги (фриланса, аренды жилья, подбор авиабилетов, заказ такси, удаленное обучение).

В результате изучения работы с маркетплейсами выделены основные особенности работы продавцов на маркетплейсах, которые оказывают влияние на организацию бухгалтерского учета.

Во-первых, это договор, заключенный между маркетплейсом и продавцом, является договором смешанного типа, включающего договор оказания услуг, договор комиссии и договор поручения:

➤ маркетплейс обязуется за вознаграждение совершать от имени и за счет продавца сделки по реализации принадлежащих ему товаров покупателям, приобретающим товары на платформе;

➤ маркетплейс от имени продавца принимает оплату за товары от покупателей и передает вырученные денежные средства продавцу;

➤ маркетплейс может оказывать услуги по рекламе, хранению на своих складах товаров, их доставке и выдаче покупателям, приемке возвращаемых ими товаров, а также по утилизации товаров, возвращенных покупателем.

Следовательно, по этому договору в учете будут отражаться расчеты с покупателями (счет 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»), расчеты с маркетплейсом по поводу передачи и возврата товара, а также по расчетам с маркетплейсом за оказанные услуги (счет 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»).

Во-вторых, товар является собственностью продавца до момента его передачи покупателю.

1) Покупатель через онлайн-площадку, принадлежащую МР, отправляет заявку на приобретение товара.

2) Селлер отгружает товар на МР, но право на товар не переходит на МР. Отгрузка идет по ТН или ТТН и товар переходит в статус товары отгруженные (счет 45).

3) МР передает товар покупателю. В учете селлера эта операция не отражается. Товар продолжает числиться на счете 45. В тот момент, когда покупатель получит товар, тогда у селлера будет отражена выручка (Д62 К45) и списана себестоимость реализованного товара (Д90/4 К 45).

Третья особенность – это выбор продавцом варианта работы с МР.

4) FBS – отгрузка со склада продавца. Собранный и полностью упакованный товар поставщик самостоятельно доставляет покупателю, передает в пункт приема или сортировочный центр для дальнейшего процесса доставки.

5) FBO – отгрузка со склада маркетплейса. Продукция передается на склад торговой площадки, где далее осуществляется хранение, сборка, доставка и обработка возвратов.

6) В связи с усложнением схем поставок необходимо повышать аналитичность счета 45, что позволит более эффективно управлять движением товаров. На счете 45 товар числится достаточно длительное время от его отгрузки со склада селлера до его получения покупателем, но он меняет статус поставки, что приводит к тому, что во время поставки от селлера к МР и от МР к покупателю товар может пропадать из видимости системы аналитического учета.

Для решения этой проблемы предлагаем совершенствование аналитического учета отгруженных товаров при работе на маркетплейсе.

Предлагаем на счете 45 ввести следующую аналитику:

- товары, отгруженные в пути (их движение от S к МР, а также от МР к В);
- товары на складе МР.

Следовательно, в учете будем делать следующие проводки:

1) отгрузка товара от селлера на МР (до его регистрации на складе): Д 45/в пути S-МР – К 43;

2) отражение поступления товара на МР: Д 45/склад МР – К45/в пути S-МР;

3) отправка товара от МР к покупателю (на время его доставки):

Д 45/в пути МР-S – К 45/склад МР;

4) получение товара покупателем: Д-т 90/4 – К-т 45/в пути МР-S.

Предлагаемый подход к учету товаров отгруженных позволит:

- повысить аналитическую ценность учета отгруженных товаров;
- сформировать информацию о нахождении товара в процессе его отгрузки и реализации (смену статусов);
- проводить инвентаризацию отгруженных товаров. Появляется возможность сопоставить данные бухгалтерского учета и данных в личном кабинете селлера. Это повысит эффективность контроля за движением товара.

Список использованных источников

1. Кодекс Республики Беларусь от 07.12.1998 N 218-З : ред. от 03.01.2023 "Гражданский кодекс Республики Беларусь" : с изм. и доп., вступившими в силу с 17.01.2023 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022.

2.) О типовом плане счетов бухгалтерского учета: постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 29.06.2011 N 50 : ред. от 28.12.2022 // ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022.

УДК 657

ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕГО ОЦЕНКА

Долганова М. А.

*Витебский государственный технологический университет, г. Витебск,
Республика Беларусь*

Научный руководитель: Андриянова О. М., старший преподаватель

Актуальность темы исследования обуславливается тем, что реальные условия функционирования организации определяют необходимость определения уровня экономического потенциала субъекта хозяйствования и его оценки, которая позволит определить особенности деятельности организации, недостатки в ее работе и причины их возникновения, а также на основе полученных результатов выявить наиболее рациональные направления распределения ограниченных ресурсов. При этом использование различных составляющих, входящих в экономический потенциал, позволяет оценить уровень комплексного развития объекта исследования.

Целью исследования выступает разработка методики оценки уровня экономического потенциала коммерческой организации.

В литературных источниках представлены различные методики оценки экономического потенциала. Так, потенциал оценивается через рыночную стоимость организации или рейтинговую оценку отдельных его составляющих. Вместе с тем ни один из существующих способов не предполагает оценки непосредственно уровня экономического потенциала организации как комплексного понятия. Все методы предусматривают расчет уровня отдельных составляющих экономического потенциала, что не позволяет сделать общий вывод о его состоянии, развитии и использовании.

Прежде чем перейти к разработке методики оценки уровня экономического потенциала организации, необходимо определить, какие элементы включаются в состав данного понятия. По данному вопросу на сегодняшний момент времени также не выработано единое мнение.

С нашей точки зрения для анализа деятельности организации и его экономического потенциала представляется целесообразным следующее структурирование экономического потенциала организации на составляющие: производственный, кадровый и финансовый потен-