

ISSN 2070-7568

Наука Красноярья

•

Krasnoyarsk Science

www.kras-science.ru



Volume 10, Number 2-2
2021

НАУКА КРАСНОЯРЬЯ

Журнал основан в 2011 г.

Том 10, № 2-2
2021

Главный редактор – **Е.Ю. Бобкова**

Зам. главного редактора – **Д.П. Фролов**

Шеф-редактор – **Я.А. Максимов**

Выпускающие редакторы – **Д.В. Доценко, Н.А. Максимова**

Корректор – **С.Д. Зливко**

Компьютерная верстка, дизайн – **Р.В. Орлов**

Технический редактор, администратор сайта – **Ю.В. Бяков**

Ответственный секретарь – **К.А. Коробцева**

KRASNOYARSK SCIENCE

Founded in 2011

Volume 10, № 2-2
2021

Editor-in-Chief – **E.Yu. Bobkova**

Deputy Editor – **D.P. Frolov**

Chief Editor – **Ya.A. Maksimov**

Managing Editors – **D.V. Dotsenko, N.A. Maksimova**

Language Editor – **S.D. Zlivko**

Design and Layout – **R.V. Orlov**

Support Contact – **Yu.V. Byakov**

Executive Secretary – **K.A. Korobtseva**

Красноярск, 2021

Научно-Инновационный Центр

Krasnoyarsk, 2021

Science and Innovation Center Publishing House

НАУКА КРАСНОЯРЬЯ, Том 10, № 2-2, 2021, 226 с.

Журнал зарегистрирован Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Красноярскому краю (свидетельство о регистрации от 10.08.2011 ПИ № ТУ 24-00430) и Международным центром ISSN (ISSN 2070-7568).

Журнал выходит четыре раза в год

На основании заключения Президиума Высшей аттестационной комиссии Минобрнауки России журнал включен в Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются. За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы публикаций. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Журнал представлен в полнотекстовом формате в Научной электронной библиотеке в целях создания Российского индекса научного цитирования (РИНЦ). ИФ РИНЦ 2018 = 0,268.

Адрес редакции, издателя и для корреспонденции:

660127, г. Красноярск, ул. 9 Мая, 5 к. 192

E-mail: sciences@list.ru

<http://kras-science.ru/>

Подписной индекс в каталогах «Пресса России» – 94090, «СИБ-Пресса» – 94090

Учредитель и издатель:

Издательство ООО «Научно-инновационный центр»

Krasnoyarsk Science, Volume 10, No 2-2, 2021, 226 p.

The edition is registered (certificate of registry PE № TU 24-00430) by the Federal Service of Intercommunication and Mass Media Control and by the International center ISSN (ISSN 2070-7568).

Krasnoyarsk Science is published 4 times per year

All manuscripts submitted are subject to double-blind review.

Krasnoyarsk Science was included in the list of leading peer-reviewed scientific journals and editions, approved by the State Commission for Academic Degrees and Titles (the VAK) of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation.

The journal is included in the Russian Scientific Citation Index (RSCI) and is presented in the Scientific Electronic Library. The journal has got a RSCI impact-factor (IF RSCI).

IF RSCI 2018 = 0,268.

Address for correspondence:

9 Maya St., 5/192, Krasnoyarsk, 660127, Russian Federation

E-mail: sciences@list.ru

<http://kras-science.ru/>

Subscription index in the General catalog «The Russian Press» – 94090, «SIB-Press» – 94090

Published by Science and Innovation Center Publishing House

ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ

Bostan, Ionel, PhD, Professor (Universitatea "Stefan cel Mare" din Suceava, Сучава, Румыния)

Архипова Марина Юрьевна, доктор экономических наук, профессор, профессор Департамента статистики и анализа данных (Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики", Москва, Российская Федерация)

Белозеров Сергей Анатольевич, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры управления рисками и страхования (Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Вахрушина Мария Арамовна, доктор экономических наук, профессор, профессор департамента учета, анализа и аудита (ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Российская Федерация)

Глушенко Константин Павлович, доктор экономических наук, ведущий научный сотрудник, профессор (Институт экономики и организации промышленного производства Сибирского отделения Российской академии наук; Новосибирский государственный университет, Новосибирск, Российская Федерация)

Дресвянников Владимир Александрович, доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор кафедры "Менеджмент и экономическая безопасность" (ФГБОУ ВО "Пензенский государственный университет", Пенза, Российская Федерация)

Исаченко Татьяна Михайловна, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры международных экономических отношений и внешнеэкономических связей им. Н.Н. Ливенцева (Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации», Москва, Российская Федерация)

Макаров Анатолий Николаевич, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой "Экономическая теория и экономическая политика" (Набережночелнинский институт (филиал) КФУ, Набережные Челны, Российская Федерация)

Малов Владимир Юрьевич, доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник (Институт экономики и организации промышленного производства Сибирского отделения Российской академии наук, Новосибирск, Российская Федерация)

Морозко Наталья Иосифовна, доктор экономических наук, профессор, профессор Департамента корпоративных финансов и корпоративного управления

(ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Российская Федерация)

Никитин Юрий Александрович, доктор экономических наук, кандидат военных наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и социально-экономических дисциплин (Военная академия материально-технического обеспечения им. генерала армии А.В. Хрулёва, Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Новиков Александр Владимирович, доктор экономических наук, профессор, ректор (Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», Новосибирск, Российская Федерация)

Новикова Татьяна Сергеевна, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры "Финансы и кредит" (Новосибирский государственный университет, Новосибирск, Российская Федерация)

Пинская Миляуша Рашитовна, доктор экономических наук, доцент, профессор Департамента налоговой политики и таможенно-тарифного регулирования (ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Российская Федерация)

Погодина Татьяна Витальевна, доктор экономических наук, профессор, профессор Департамента менеджмента (ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Москва, Российская Федерация)

Разовский Юрий Викторович, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры теории рекламы и массовых коммуникаций (Московский гуманитарный университет, Москва, Российская Федерация)

Сербиновский Борис Юрьевич, доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор кафедры системного анализа и управления факультета высоких технологий (Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Российская Федерация)

Коокуева Виктория Владимировна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры "Финансовый менеджмент" (Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва, Российская Федерация)

Разманова Светлана Валерьевна, доктор экономических наук, доцент, начальник лаборатории экономической эффективности проектов разработки (Филиал ООО «Газпром ВНИИГАЗ» в г. Ухта, Ухта, Российская Федерация)

Медведева Вероника Роммилевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры Менеджмента и предпринимательской деятельности (Казанский национальный исследовательский технологический университет, Казань, Российская Федерация)

EDITORIAL BOARD MEMBERS

Ionel Bostan, PhD, Professor (Universitatea "Stefan cel Mare" din Suceava, Suceava, Romania)

Marina Yu. Arkhipova, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Statistics and Data Analysis (National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russian Federation)

Sergey A. Belozyorov, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Risk Management and Insurance (St. Petersburg State University, Saint Petersburg, Russian Federation)

Maria A. Vakhrushina, Doctor of Economics, Professor, Professor of Accounting, Analysis and Audit Department (Financial University, Moscow, Russian Federation)

Konstantin P. Gluschenko, Doctor of Economics, Leading Researcher, Professor (Institute of Economics and Industrial Engineering of the Siberian Branch of the RAS; Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russian Federation)

Vladimir A. Dresvyannikov, Doctor of Economics, Candidate of Engineering Sciences (Ph.D.), Associate Professor, Professor of the Department of Theory and Practice of Management (Penza branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Penza, Russian Federation)

Tatiana M. Isachenko, Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of International Economic Relations and Foreign Economic Relations named after N.N. Liventsev (Moscow Institute of International Relations (MGIMO-University), Moscow, Russian Federation)

Anatoly N. Makarov, Doctor of Economics, Professor, Head of the Department "Economic theory and economic policy" (Kazan Federal University - Naberezhnye Chelny Institute, Naberezhnye Chelny, Russian Federation)

Vladimir Yu. Malov, Doctor of Economics, Leading Researcher, Professor (Institute of Economics and Industrial Engineering of the Siberian Branch of the RAS, Novosibirsk, Russian Federation)

Natalia I. Morozko, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Corporate Finance and Corporate Governance (Financial University, Moscow, Russian Federation)

Yury A. Nikitin, Doctor of Economics, Candidate of Military Sciences (Ph.D.), Professor, Head of the Department of Humanitarian and Socio-Economic Disciplines (Military Academy of Material and Technical Support named after General of the Army A.V. Khruleva, St. Petersburg, Russian Federation)

Alexander V. Novikov, Doctor of Economics, Professor, Rector (Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russian Federation)

Tatiana S. Novikova, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Finance and Credit (Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russian Federation)

Milyausha R. Pinskaya, Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Tax Policy and Customs Tariff Regulation (Financial University, Moscow, Russian Federation)

Tatyana V. Pogodina, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Management (Financial University, Moscow, Russian Federation)

Yury V. Razovsky, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of the Theory of Advertising and Mass Communications (Moscow University for the Humanities, Moscow, Russian Federation)

Boris Yu. Serbinovskiy, Doctor of Economics, Candidate of Engineering Sciences (Ph.D.), Professor of the Department of System Analysis and Management of the Faculty of High Technologies (Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russian Federation)

Viktoriya V. Kookueva, Candidate of Economics (Ph.D.), Associate Professor, Associate Professor of the Academic Department of Financial Management (Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russian Federation)

Svetlana V. Razmanova, Doctor of Economics, Associate Professor, Head of Laboratory of the Economic Efficiency of Development Projects (Gazprom VNI-IGAZ, branch in Ukhta, Ukhta, Russian Federation)

Veronika R. Medvedeva, Candidate of Economics (Ph.D.), Associate Professor, Associate Professor of Logistics and Management (Kazan National Research Technological University, Kazan, Russian Federation)

УДК 334

СОСТОЯНИЕ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Абдуллаев Н.В.

В статье рассматривается состояние, основные проблемы и перспективы развития малых и средних предприятий в России в современных условиях.

Ключевые слова: *малый и средний бизнес; малые и средние предприятия; антикризисные программы.*

THE STATE OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN RUSSIA IN MODERN CONDITIONS

Abdullaev N.V.

The article examines the state, main problems and prospects of development of small and medium-sized enterprises in Russia in modern conditions.

Keywords: *small and medium-sized businesses; small and medium-sized enterprises; anti-crisis programs.*

Малый и средний бизнес является неотъемлемым элементом современной системы хозяйства. Во многих странах малые и средние предприятия (МСП) играют очень важную роль, обеспечивая существенный вклад в создание ВВП, поддерживая конкуренцию на рынке, создавая рабочие места, оперативно обеспечивая население разнообразными товарами и услугами и др.

В России с 2019 г. реализуется национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Согласно проекту, доля МСП в российской экономике к 2024 г. должна составить 32,5%, число

занятых (включая индивидуальных предпринимателей) – 25 млн. человек (примерно на 6 млн. больше, чем до принятия проекта), число самозанятых должно вырасти до 2,4 млн. [6].

Пока же ситуация с МСП в стране сложная. В 2019 г. число субъектов МСП сократилось по сравнению с 2018 г. на 118 тыс. ед., а число занятых в секторе снизилось с 19,3 млн. чел. до 18,8 млн., т.е. почти на полмиллиона человек. Такая реакция была вызвана действиями правительства: повышением ставки НДС, введением онлайн-касс, что привело к росту издержек на фоне незначительного роста доходов населения. В то же время выросло число индивидуальных предпринимателей.

По итогам третьего квартала 2019 года малый и средний бизнес России приблизился к состоянию стагнации: значение индекса деловой активности МСП (RSBI) снизилось до 50,9 пункта [6] (индекс RSBI формируют четыре ключевых показателя – продажи, инвестиции, кадры и доступность финансирования) [6].

В начале 2020 г. в связи с ограничительными мерами, направленными на борьбу с пандемией, количество МСП продолжало сокращаться. По данным исследования, проведенного рейтинговым агентством RAEX в августе 2020 года, количество субъектов МСП составило 5,590 млн. единиц, в то время как 10 августа 2019 года оно составляло 5,836 млн. единиц, в 2018 году – 5,922 млн., в 2017 году – 5,543 млн., т.е. сегмент МСП по размеру фактически вернулся к уровню 2017 года [6].

Самое большое сокращение численности компаний малого и среднего бизнеса с начала 2020 года произошло в Центральном (– 6,3%) и Северо-Западном (– 6,2%) федеральных округах. За 2018-2019 гг. больше всего компаний МСП прекратили свою деятельность в Сибирском федеральном округе (– 13,3%)[7].

По численности занятых в МСП в 2020 г. лидировали Москва, Санкт-Петербург и Московская область. Наибольшую региональную занятость обеспечивали малые предприятия Ивановской области, в которой свыше четверти всех работающих трудятся в малом бизнесе [1].

В 2020 г. затраты МСП продолжали расти из-за роста расходов на обязательную маркировку товаров, отказа в ряде регионов от режима ЕНВД, высоких таможенных, административных барьеров, блокировки счетов банками, роста ожиданий давления на бизнес со стороны инспекций ФНС и др.

Такая ситуация может привести к тому, что многие малые предприятия предпочтут воспользоваться преимуществами ИП. В результате может произойти изменение структуры малого бизнеса – дальнейший рост доли ИП и снижение доли юридических лиц [1].

Карантинные меры, связанные с распространением пандемии коронавируса в начале 2020 г., усугубили и так сложную ситуацию в сфере МСП. Руководство многих стран разработало программы поддержки малого и среднего бизнеса.

Правительство России определило пострадавшими бизнесы в таких сферах деятельности как: аэропортовая деятельность, авио- и автоперевозки, культура, организация досуга и развлечений, физкультурно-оздоровительная деятельность и спорт, деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма, гостиничный бизнес, общественное питание, деятельность организаций дополнительного образования, негосударственных образовательных учреждений, деятельность по организации конференций и выставок, по предоставлению бытовых услуг населению (ремонт, стирка, химчистка, услуги парикмахерских и салонов красоты) [2].

В качестве мер поддержки МСП в России: были продлены сроки уплаты налогов; введены: временный запрет на проверки, санкции со стороны ФНС, кредитные каникулы для ИП, мораторий на инициирование дел по банкротству, рефинансирование кредитов субъектов МСП; снижены тарифы по страховым взносам; предоставлены субсидии и беспроцентные кредиты на выплату зарплаты работникам; дана отсрочка платежей за аренду государственного и муниципального имущества и др.[2].

Первоначально Правительство РФ выделило на реализацию мер поддержки 2 трлн. Рублей [7]. Вслед за первыми мерами были

сформированы еще несколько пакетов. По оценкам Министерства финансов РФ, общая стоимость поддержки в рамках первого и второго пакетов составила 2,1 трлн. руб. Стоимость третьего антикризисного пакета оценивалась экспертами в размере 800 млрд. руб. [6].

В целом общая стоимость мер, направленных на борьбу с распространением COVID-19 и смягчение экономических последствий от ограничений, по состоянию на начало июля 2020 г. составила около 4 трлн. руб. [2].

Проведенный Корпорацией МСП мониторинг показал, что до 1 октября антикризисными мерами воспользовались 50172 субъекта МСП [3].

В регионы страны для поддержки бизнеса дополнительно были направлены 14 млрд. руб. и 12 млрд. руб. для докапитализации микрофинансовых организаций.

Регионы и муниципальные образования также разрабатывали и реализовывали собственные антикризисные меры [4]. Так для поддержки московского бизнеса (это около 12,7% от общего числа бизнесов в России) была предложена компенсация части расходов на аренду и налоги (более 13 млрд. рублей), отсрочка по налогам (около 11,5 млрд. рублей) [4].

По мнению специалистов, несмотря на принятые пакеты мер поддержки экономики, масштаб действий в РФ значительно уступает тем объемам, которые реализовывались в европейских странах. Антикризисные меры, по мнению аналитиков, оценивались в 1,2-1,4% от ВВП. Эти цифры сопоставимы с показателями в Италии, но они меньше, чем в Германии (2%) и Франции (3,6%) [4].

Летом 2020 г. ограничительные меры в России были сняты, новых программ поддержки в условиях текущего кризиса не было разработано. В целом специалисты отмечают, что весной-летом 2020 года, с рынка ушло не более 10% МСП [5].

Российские ученые определили причины скромных результатов развития МСП в последние годы. Ряд их кроется в самом национальном проекте. В частности к ним они отнесли:

- наличие недостатков в действующем национальном проекте,
- недофинансирование или полное отсутствие финансирования предусмотренных проектом мероприятий в 2019 г.,
- игнорирование комплексного подхода к планированию привело к диспропорции в финансировании разных направлений проекта,
- отсутствие методики отраслевой оценки влияния реализации мероприятий федеральных проектов на утвержденные показатели,
- отсутствие ответственности за достижение целевых показателей у отдельных участников нацпроекта,
- достижение некоторых показателей не возможно из-за влияния ряда факторов, лежащих за рамками компетенций проекта.

Итак, подводя итог, следует сказать, что поскольку МСП во всех странах играет важную роль, их поддержка становится одной из важных функций государства.

Антикризисные программы, введенные весной 2020 г., показали, что к разработке и реализации мер поддержки МСП требуется подходить ответственно и комплексно с учетом их особенностей, состояния, ситуации в отрасли, финансовых возможностей центра и регионов, продуманного выбора инструментов их поддержки для достижения наибольшего эффекта.

Список литературы

1. Аналитические материалы. Финансирование малого и среднего бизнеса в 2019 году и в I полугодии 2020 года [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://raex-a.ru/files/attachment/FRB-2020_Analytica_Block_Web.pdf.
2. Антикризисные меры перечень мер поддержки малого бизнеса при убытках от самоизоляции в условиях пандемии коронавируса COVID. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://решение-верное.рф/msp-covid-april-2020>.
3. Более 50 тыс. предпринимателей в пандемию получили имущественную поддержку Корпорации МСП. [Электронный ресурс]. - Режим досту-

- па: https://corpmsp.ru/pres_slujba/smi/bolee_50_tys_predprinimateley_v_pandemiyu_poluchili_imushchestvennyu_podderzhku_korporatsii_msp/
4. ВБ считает спорной щедрость поддержки Россией малого бизнеса в кризис. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://nmarket.ru>.
 5. Господдержку в условиях пандемии смогли получить 10% компаний. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economic/s/19/05/2020/5ec39e899a7947f896d6b1d5>; Итоги 2019 года для малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/id/5bd7430532ca1533928ee0ad/itogi-2019-goda-dlia-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-5e142d600be00a00afbc332>.
 6. Итоги 2019 года для малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://zen.yandex.ru>; <https://zen.yandex.ru/media/id/5bd7430532ca1533928ee0ad/itogi-2019-goda-dlia-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-5e142d600be00a00afbc332>.
 7. Бондаренко Н.Е. Российский рынок труда в условиях пандемии новой коронавирусной инфекции: тенденции, вызовы и государственное регулирование // *Инновации и инвестиции*. 2020. №7. С. 63–69.

References

1. Analytical materials. Financing of small and medium-sized businesses in 2019 and in the first half of 2020 [Electronic resource]. - Access mode: https://raex-a.ru/files/attachment/FRB-2020_Analytica_Block_Web.pdf.
2. Anti-crisis measures - a list of measures to support small businesses with losses from self-isolation in the context of the COVID coronavirus pandemic. [Electronic resource]. - Access mode: <https://resolution-vernoe.rf/msp-covid-april-2020>.
3. More than 50 thousand entrepreneurs in the pandemic received property support from the SME Corporation. [Electronic resource]. - Access mode: https://corpmsp.ru/pres_slujba/smi/bolee_50_tys_predprinimateley_v_pandemiyu_poluchili_imushchestvennyu_podderzhku_korporatsii_msp/.
4. The World Bank considers the generosity of Russia's support for small businesses in crisis as controversial. [Electronic resource]. - Access mode: <http://nmarket.ru>.

5. Government support in a pandemic was able to get 10% of companies. [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.rbc.ru/economics/19/05/2020/5ec39e899a7947f896d6b1d5>; Results of 2019 for small and medium-sized enterprises. [Electronic resource]. - Access mode: <https://zen.yandex.ru/media/id/5bd7430532ca1533928ee0ad/itogi-2019-goda-dlia-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-5e142d600be00a00afbc332>.
6. Results of 2019 for small and medium-sized businesses [Electronic resource]. - Access mode: <https://zen.yandex.ru>; <https://zen.yandex.ru/media/id/5bd7430532ca1533928ee0ad/itogi-2019-goda-dlia-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-5e142d600be00a00afbc332>.
7. Bondarenko N.Ye. Russian labor market in the context of a new coronavirus infection pandemic: trends, challenges and government regulation // Innovations and investments. 2020. No. 7. S. 63-69.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Абдуллаев Низами Видади оглы, старший преподаватель кафедры Бизнес-информатика и экономика
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
nizamka33@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Abdullaev Nizami Vidadi oglu, senior lecturer of the Department of Business Informatics and Economics
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
nizamka33@mail.ru

УДК 338.1

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОВЛЕЧЕНИЯ СУБЪЕКТОВ ФЕДЕРАЦИИ ВО ВНЕШНЕТОРГОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Аксенов И.А.

Статья посвящена анализу методик оценки внешнеэкономического развития региона. Отражено, что существующие методики обладают высокой стохастической неточностью. Предложен алгоритм оценки состояния внешнеэкономической деятельности региона.

Ключевые слова: *регион; состояние; внешнеэкономическая деятельность; показатели развития.*

METHODOLOGICAL FEATURES OF THE INVOLVEMENT OF FEDERATION SUBJECTS IN FOREIGN TRADE ACTIVITIES

Aksenov I.A.

The article is devoted to the study of methods for assessing the external economic development of the region. It is reflected that the existing methods have a high stochastic inaccuracy. An algorithm for assessing the state of foreign economic activity in the region has been proposed.

Keywords: *region; state; foreign economic activity; development indicators.*

На сегодняшний день не существует общего показателя и жесткой методики оценки внешнеэкономического развития региона. На наш взгляд, для его выражения целесообразно рассматривать систему статистических показателей, состоящую, как из абсолютных, так и относительных величин.

В современных экономических условиях происходит вовлечение региональной экономики во внешнеэкономические связи. Под давлением зарубежной конкуренции в ней происходит перестройка: закрываются неконкурентные производства, формируются новые отрасли.

Влияние особенностей внешнеэкономических сделок на уровень развития региона изучен еще не полностью. Нет методики, которая бы отражала ее воздействие на уровень экономического благосостояния. Существует достаточно много методик, которые бы отражали общую картину по конкретному субъекту Российской Федерации, но эти методики достаточно сложно адаптировать под общие показатели всех регионов.

Большое значение приобретает направленность мотивационных коррекций персонала институтов инфраструктуры ВЭД, а также специфика делового этикета, различная в разных регионах мира и отдельных национальных образованиях. Эти различия и характер направленности коррекционных воздействий существенным образом опосредуют как амплитуду, так и вектор происходящих трансформаций инфраструктуры ВЭД на внутрифирменном, национальном и международном уровнях ведения бизнес-процессов.

В современный период времени инфраструктура внешнеэкономической деятельности может и должна рассматриваться в качестве комплекса обеспечения продвижения продукта и его продажи.

Такому ее рассмотрению способствует следующая тенденция: с начала XX в. элементы указанной инфраструктуры перестали соответствовать развитию внешнеэкономической деятельности как несколько тысяч лет до этого, а стали определять и предопределять развитие внешней торговли, ее объемы в денежном и натуральном выражении. Так, к примеру, заключение международных договоров о двухсторонней, многосторонней торговле с квотированием ее объема и структуры, установление льгот или затруднений в системе международных перевозок и оформления грузов, усиление или свертывание финансирования внешнеторговых операций приводят к изменению числа присутствующих на рынках контрагентов, пред-

ставляемых товаров (а также и их качественных и ценовых характеристик) способствуют расширению, либо сужению существующих рынков как таковых. В последнее время в условиях глобализации рынков ускоренно, целенаправленно создаваемая инфраструктура, является локомотивом развития рынков в зоне ее локализации [1].

В качестве основы анализа можно рассмотреть показатели открытости экономики региона, уровня ее специализации, а также инвестиционного потенциала региона. Данный метод предполагает последовательное прохождение этапов изучения представленных на рисунке 1.

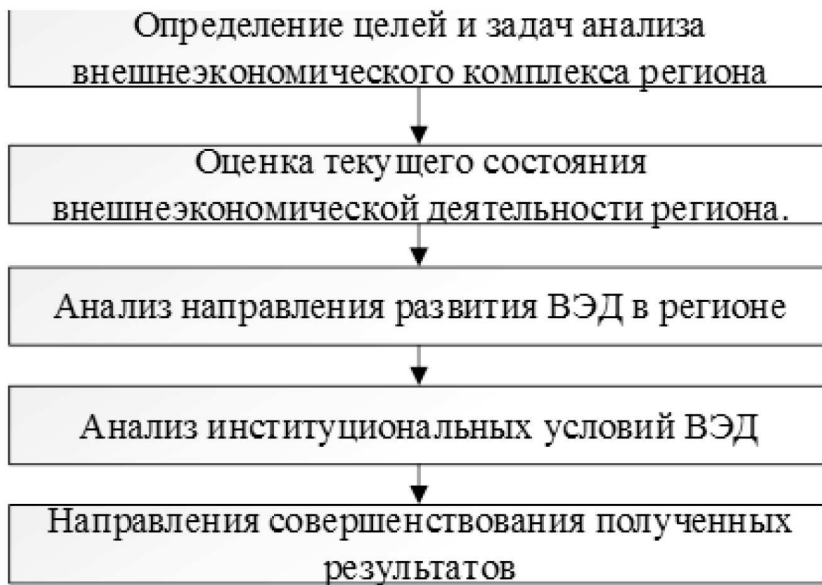


Рис. 1. Алгоритм оценки состояния внешнеэкономической деятельности региона

Оценку воздействия нужно проводить с расчётом показателей множественной регрессии, с помощью которой можно отразить взаимосвязь между независимыми и зависимой переменной (в данном случае, это будут индикаторы развития). Если нужно отразить зависимость между двумя показателями, то можно воспользоваться уравнением, которое имеет следующий вид:

$$L=x+y \times M \quad (1)$$

Если независимых переменных будет больше, то уравнение можно представить следующим образом:

$$L=x+y_1M_1+y_2M_2+\dots+y_pM_p \quad (2)$$

При оценки взаимодействия внешнеэкономических связей на экономическое благосостояние региона в качестве вышеуказанных переменных мы предлагаем брать статистические показатели внешнеэкономической активности по приоритетным направлениям, а в качестве зависимой переменной брать объем ВРП.

Особенности предложенной нами методики заключаются в том, что мы заменяем приблизительный параметр (как предлагают С. Суспицина, О.С. Кушнарева, Ю.Г. Мигунов) более точными параметрами, тем самым минимизируем разницу между экспериментальными данными и теоретическими.

Список литературы

1. Бондаренко В.А. Маркетинговое обеспечение комплексного развития инфраструктуры ВЭД // Экономика России: основные направления совершенствования. Межвузовский сборник научных трудов. №6. <https://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn06/index.shtml>
2. Суспицын С. Методические проблемы прогнозирования приоритетов и последствий государственной региональной политики // Российский экономический журнал. 2000. № 2. С. 57–72.
3. Давыденко, Е.В. Кластеризация как инструмент реализации конкурентных преимуществ стран на мировом рынке / Е. В. Давыденко // Экономические науки. 2013. № 101. С. 179–182.

References

1. Bondarenko V.A. Marketing support for the integrated development of the infrastructure of foreign economic activity // Economy of Russia: the main directions of improvement. Interuniversity collection of scientific papers. Issue 6. <https://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn06/index.shtml>
2. Suspitsyn S. Metodicheskiye problemy prognozirovaniya prioritetov i posledstviy gosudarstvennoy regional'noy politiki // Rossiyskiy ekonomicheskiy zhurnal. 2000. № 2. S. 57–72.

3. Davydenko Ye.V. Klasterizatsiya kak instrument realizatsii konkurentnykh preimushchestv stran na mirovom rynke / Ye.V. Davydenko // Ekonomicheskiye nauki. 2013. № 101. S. 179–182.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Аксенов Илья Антонович, к.э.н., доцент, доцент кафедры Государственное право и управление таможенной деятельностью ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
il_aks@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Aksenov Ilya Antonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of State Law and Management of Customs Activities
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
il_aks@mail.ru
ORCID: 0000-0003-0541-327X

УДК 339.562

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ИМПОРТА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ ДЛЯ ЛИЧНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ НА ТЕРРИТОРИЮ ЕАЭС

Букилин В.В., Петров С.В.

Статья посвящена видам таможенных платежей при ввозе легковых автомобилей для личного пользования на территорию ЕАЭС физическими лицами. Разработаны авторские предложения по совершенствованию пропускного режима в отношении легковых автомобилей для личного пользования.

***Ключевые слова:** таможенные платежи; утилизационный сбор; ввоз легковых автомобилей; подакцизные товары.*

CUSTOMS AND TARIFF REGULATION WHEN IMPORTING CARS TO THE EAEU COUNTRIES

Bukilin V.V., Petrov S.V.

The article is devoted to the types of customs payments for the import of passenger cars for personal use into the territory of the EAEU by individuals. Our proposals have been developed to improve the access regime for passenger cars for personal use.

***Keywords:** customs payments; utilization tax; import of cars; excisable goods.*

В наше время по всему миру многие люди занимаются импортом и экспортом различных товаров, в том числе транспортных средств (далее ТС), это играет важную роль в экономике всех государств. В связи с этим в таможенных органах есть отделы по таможенному декларированию и таможенному контролю при пересечении таможенной границы. Товары и ТС, проходящие пропускной режим

через границу Евразийского экономического союза (далее ЕАЭС), сопровождаются таможенными платежами, которые подлежат тщательному контролю со стороны таможенных органов. Осуществляя такую деятельность таможенные органы не только пополняют бюджет страны, но и поддерживают экономическую безопасность своей страны. Статистика показывает, что на территории ЕАЭС участники ВЭД осуществляют деятельность по импорту и экспорту в огромных масштабах.

Ежегодно более 85 миллионов физических лиц на таможенной границе ЕАЭС проходят таможенный контроль [1, с. 45–46].

Рассмотрим такой товар, как легковые автомобили, так как к этой группе товаров у физических лиц наблюдается высокий уровень спроса и за 2010–2020 года приобретение зарубежных автомобилей с последующим ввозом их на территорию ЕАЭС стало довольно актуально. Это может быть связано как с более низкими ценами на этот товар, по сравнению с внутренним автомобильным рынком, так и с потребностью получить иные модификации автомобилей (например, по таким критериям, как: цвет, объём двигателя или комплектация), которые недоступны к покупке на внутреннем рынке.

Различные нормативно-правовые акты регулируют процесс перемещения автомобилей через границу ЕАЭС. Под таможенный режим попадают и автомобили для личного пользования, и автомобили, ввозимые на территорию ЕАЭС временно [2, с. 34]. Если автомобиль ввозится на таможенную территорию на постоянной основе, то он попадает под процедуру таможенного транзита, порядок помещения автомобилей под данную процедуру регулируется 22 главой ТК ЕАЭС «Таможенная процедура таможенного транзита». Эта процедура устанавливает срок транзитного нахождения автомобиля на территории ЕАЭС, в этот период физическое лицо должно доставить свой автомобиль от контрольно-пропускного пункта (далее КПП) до таможенного органа по месту проживания, после чего подаётся декларация на это авто, если выполняются следующие условия:

1. Автомобиль должен соответствовать экологическому классу, который определяется законодательством РФ, в настоящее время

это класс «5» (Решение КТС от 9 декабря 2012 года под № 877 (в редакции от 21 июня 2019 года) «О принятии технического регламента ЕАЭС «О безопасности автомобилей»»).

2. Готовность уплатить один из пяти таможенных платежей и сбор за утилизацию участником ВЭД, что подтверждается таможенной декларацией.

3. Автомобиль оснащён оборудованием для спутниковой навигации.

При выполнении этих условий автомобиль подлежит установке на учёт и может эксплуатироваться на территории ЕАЭС.

Следует обратить внимание на аспект, который с нашей точки зрения нуждается в усовершенствовании. Заключается он в том, что таможенные органы предлагают уплачивать таможенные пошлины до покидания территории ЕАЭС, и совершать оплату в таможенных органах, относящихся к фактическому месту проживания. Также эти платежи можно совершить и при въезде на КПП, но тогда физическому лицу придётся вывозить с собой денежную сумму гораздо больше, чем требуется для покупки авто. Даже при условии, что физическое лицо при подаче декларации уплатит эти платежи на КПП, импортируемый автомобиль всё равно придётся доставлять в таможенный орган по месту жительства для регистрации, но сумма, уплаченная на КПП, не возвращается физическому лицу, либо при подаче заявления сумму вернут через длительный срок, порядок возмещения может занять до месяца. Происходит это по причине того, что таможенный орган на КПП не уполномочен совершать денежные переводы в отношении других таможенных органов [3, с. 97].

Для того, чтобы повысить эффективность таможенных процедур при импорте автомобилей физическими лицами, были разработаны следующие авторские рекомендации:

1. Организовать возможность перевода денежных средств между различными таможенными органами, в целях более быстрого прохождения КПП и регистрации автомобиля.

2. Создать независимую платформу для электронного декларирования.

3. Унифицировать режим таможенного транзита, чтобы декларирование и регистрация проходили в одном таможенном органе.

Внедрение указанных предложений позволит ускорить процесс перемещения легковых автомобилей через границу ЕАЭС, а также облегчит деятельность таможенных органов на КПП и позволит избежать финансовых потерь для участников ВЭД.

Список литературы

1. Лузина Т. В. Практикум по таможенным платежам в отношении товаров и транспортных средств, перемещаемых через таможенную границу евразийского экономического союза физическими лицами: учебное пособие / Лузина Т.В. Санкт-Петербург: Троицкий мост, 2018. 135 с.
2. Теоретические и методологические основы взаимодействия ценового и таможенно-тарифного регулирования внешнеторговой деятельности: монография / В.Е. Новиков [и др.]. Москва: Российская таможенная академия, 2019. 172 с.
3. Перспективы развития таможенного контроля и таможенного регулирования в условиях функционирования Евразийского экономического союза: монография / Г.И. Немирова [и др.]. Москва: Российская таможенная академия, 2018. 160 с.

References

1. Luzina T.V. Workshop on customs payments in respect of goods and vehicles transported across the customs border of the Eurasian Economic Union by individuals: study guide / Luzina T.V. St. Petersburg: Troitsky Most, 2018. 135 p.
2. Theoretical and methodological bases of interaction of price and customs-tariff regulation of foreign trade activity: monograph / V.E. Novikov [and others]. Moscow: Russian Customs Academy, 2019. 172 p.
3. Prospects for the development of customs control and customs regulation in the conditions of the functioning of the Eurasian Economic Union: monograph / G.I. Nemirov [and others]. Moscow: Russian Customs Academy, 2018. 160 p.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Букилин Владислав Вячеславович, студент

*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия

Петров Сергей Валерьевич, доцент кафедры ГПиУТД, к. э. н.

*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия

psv01@yandex.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Bukilin Vladislav Vyacheslavovich, student

*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*

87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation

ORCID: 0000-0002-6114-859X

Petrov Sergey Valerievich, Candidate of Economic Sciences, Associate

Professor of the Department of State Pedagogical Sciences

*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*

87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation

psv01@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-9207-4976

УДК 334

МАЛЫЙ БИЗНЕС В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ*Дигилина О.Б., Уланов Е.А.*

В статье рассматриваются основные проблемы и перспективы развития малого бизнеса в условиях пандемии.

Ключевые слова: *малый бизнес; пандемия.*

SMALL BUSINESSES IN A PANDEMIC*Digilina O.B., Ulanov E.A.*

The article discusses the main problems and prospects of small business development in the context of the pandemic.

Keywords: *small business; pandemic.*

Воздействие пандемии на различные сферы общества является одной из самых актуальных тем в настоящее время. Проблемы, возникшие из-за появления COVID-19, стали настоящим бедствием не только для европейских стран, но и для мирового сообщества в целом. Под влиянием пандемии коронавируса формируются негативные для социума последствия, которые могут приводить страны к кризису, заставляя экономику меняться, при том, что предела падения нет.

Во-первых, многие пренебрегают рекомендациями ВОЗ. В начале пандемии большинство людей не относились серьезно к надвигающейся угрозе: не соблюдали масочный режим и режим «самоизоляции». Многие работодатели, имея возможность перевести работников в удаленный режим, принципиально не делали этого. Это привело к стремительному распространению вируса и закрытию целых предприятий на карантин.

Во-вторых, распространению COVID-19 способствует туризм. Так, глобальное расширение территорий заболевания коронави

русом во многом соответствует географии районов массового туризма. Ограничения в этой сфере откладывали достаточно долго: в разгар заболеваемости границы все ещё были открыты во многих государствах, что существенно повлияло на распространения вируса. Пострадали страны, которые называют центром мировой туристской системы.

Можно сделать вывод, что главными причинами стремительного распространения вируса по всему миру являются социальные и экономические факторы. Пренебрежительное отношение к собственному здоровью и здоровью окружающих, игнорирование рекомендаций ВОЗ способствовали заражению внутри страны. Слабые карантинные меры, стремление правительства сохранить экономическую стабильность, в ущерб здоровью, а также отсутствие контроля над соблюдением введённых мер привело к проникновению вируса через границы и внутри регионов.

В настоящее время проявление мирового экономического кризиса, вызванного пандемией коронавируса, можно увидеть в следующем: экономики стран уходят в «режим самоизоляции», на фоне которого обостряются национальные конфликты, закрываются границы, а на смену процессу глобализации приходит политика протекционизма; многие глобальные цепочки создания стоимости разрываются или хотя бы временно перестают функционировать; падают курсы акций, растёт цена золота, останавливается или уходит в минус рост ВВП. Распространение COVID-19 стало своеобразным вызовом для власти, тогда как меры борьбы с болезнью создали серьёзные проблемы, прежде всего, для малых и средних предприятий.

Следует отметить, что, как правило, малые и средние предприятия осуществляют свой бизнес, прежде всего, в сфере торговли и оказания услуг населению. Сейчас эти районы имеют достаточно низкую инновационную и инвестиционную активность за довольно высокую экологическую неопределенность. Это обстоятельство, а также высокая сложность государственных регуляторных процедур, административное давление и высокая степень финансовой нагрузки привели к некоторому увеличению неформальной занятости в

сфере малого и среднего предпринимательства. В то же время рост процентных ставок и риск ликвидности еще больше усугубляют ситуацию, то есть, рост стоимости произведенных товаров, а, следовательно, прибыльность предприятий уменьшается.

В контексте пандемии COVID-19 можно назвать ключевые типы поддержки для малого и среднего бизнеса. Их можно разделить на две основные категории, а именно финансовые и нефинансовые. Итак, виды финансовой поддержки малого и среднего бизнеса включают, прежде всего:

- льготный заем. В настоящее время существуют различные фонды для поддержки хозяйственной деятельности, каждый из которых устанавливает свою ставку и определяет ее условия. Как правило, тарифы снижаются для малых и средних предприятий, работающих в сфере инноваций, производства и социально-ориентированного предпринимательства. При этом кредиты могут выдаваться на пополнение оборотных средств предприятия, а также на погашение основного долга. Обратите внимание, что максимальная сумма кредита составляет 3 миллиона рублей, максимальный срок возврата – до 3 лет;
- предоставлять поручительства по банковским кредитам. В сложной ситуации, когда у предпринимателя нет суммы залога, которую нужно получить
- кредит, имеет право обратиться в гарантийный фонд. В процессе заключения договора гарантийный фонд выступает поручителем предпринимателя и, следовательно, будет нести ответственность в случае, если клиент не сможет выплатить задолженность по кредиту;
- за счет субсидирования части затрат. Эта мера часто предоставляется промышленным организациям для возмещения стоимости аренды или процентов по займам, взятым на строительство или приобретение основных средств. Заявка на грант подается через личный кабинет налогоплательщика на сайте ФНС или по почте;

- стипендии. В основном они могут быть выданы инновационным организациям или предпринимателям, которые только начинают свой бизнес.

К видам нефинансовой поддержки малого и среднего бизнеса относятся: различные консультации по маркетингу, патентная и лицензионная поддержка финансового планирования, а также коммерческое и юридическое сопровождение бизнеса в нашей стране;

- организация конференций, удаленных форумов для малого и среднего бизнеса;
- помощь в продвижении товаров на экспорт в случае пандемии;
- организация семинаров, курсов дистанционного обучения;
- организация выставок товаров и услуг малых и средних предприятий.

Не смотря на правительственные программы поддержки малого предпринимательства, объём продаж малых предприятий в условиях развития пандемии коронавируса по итогам 2020 года снизится на 3.262 трлн. руб. по сравнению с 2019 годом (или на 11,4% с 28.712 трлн. руб. в 2019 году до 25.449 трлн. руб. в 2020 году)[15].

Наибольший вклад в абсолютном выражении в падение оборота малых предприятий внесла торговля, а также ремонт автотранспортных средств и мотоциклов (снижение составило – 2908.6 (млрд. руб.). При этом объёмы продаж предприятий оптовой торговли (без учета выручки предприятий, занимающихся реализацией автотранспорта и мотоциклов) снизился на 2689.6 млрд. руб. (или 20,4%) [13].

Оптовая и розничная торговля автотранспортными средствами и мотоциклами и их ремонт, а также розничная торговля (кроме торговли автотранспортом и мотоциклами) пострадали меньше: снижение оборотов составило 105.8 млрд. руб. (или 7,4%) и 113.2 млрд. руб. (или 5,4%).

Существенный вклад в абсолютном выражении в падение оборота малых предприятий в 2020 году внесло строительство: снижение составило -302.3 млрд. руб. (или 17,2%) [15].

Обороты малых предприятий, деятельность, которых связана с осуществлением операций с недвижимым имуществом, снизились

на 282 млрд. руб. (или 26,5%). Именно предприятия этой группы по результатам 2020 года получили максимальный спад в относительном выражении.

Также наблюдалось снижение в сфере грузовых автомобильных перевозок и связанных с ними услуг (20,8%); в сфере оказания гостиничных услуг – 22,5%; деятельность по предоставлению продуктов питания и напитков (услуги общественного питания: кафе, рестораны, столовые и т.д.) – 29.3%; в сфере организации досуга и развлечений, а также культуры и спорта – 19.4%.

Тем не менее, ряд отраслей в период пандемии не только не пострадали, но и смогли увеличить обороты. Например, обороты малых предприятий, занятых в аграрном секторе выросли на 18,2%, в обрабатывающих производствах – на 10,7%, в области здравоохранения и предоставления социальных услуг – на 6,4% [16].

Анализ относительного прироста средней списочной численности работников малых предприятий по видам деятельности показывает, что значимого высвобождения рабочей силы в период пандемии не наблюдаюся. В целом по экономике количество занятых снизилось на 1,5% (с 5556.1 тыс. чел. в 3 квартале 2019 года до 2474.9 тыс. чел. в 3 квартале 2020 года). При этом наибольшее снижение средней списочной численности работников малых предприятий наблюдалось в 1 квартал 2020 года по всем видам деятельности [14].

Таким образом, пандемия оказала существенное влияние на предприятия, занятые в подверженных карантинным ограничениям отраслях: торговле, общественном питании, туризме, пассажирские перевозки, культуре, спорте, организации досуга и развлечений.

Наименее пострадали и, в какой-то степени, даже получили преимущества за счет ситуации с введением ограничительных мер малые предприятия, осуществляющие деятельность в обрабатывающих производствах и сельском хозяйстве, в области ИТ-технологий, а также здравоохранения и социальных услуг.

В России в настоящий момент используется несколько индикаторов деловой активности малого и среднего бизнеса. Наиболее

информативным, на наш взгляд, является показатель RSBI, который определяется и публикуется общероссийской общественной организацией «Опора России».

Индекс RSBI является опережающим индикатором экономической ситуации, замеряя деловую активность в сегменте МСБ (при значении индекса более 50 п. считается, что деловая активность растет, иначе – снижается).

Динамика индекса RSBI в 2020 г приведена на рисунке 1.

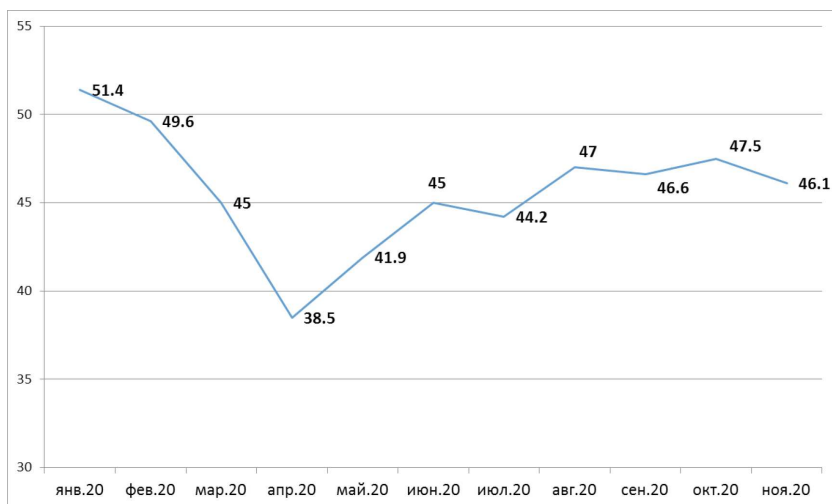


Рис. 1. Динамика индекса RSBI в 2020 г.

С началом пандемии коронавируса деловая активность предприятий малого и среднего бизнеса опустилась в апреле 2020 года до минимального исторического размера в 38.5 п. В течение 2020 года общий индекс RSBI так и не вышел в положительную зону [8].

В целом бизнес-стресс, который испытали предприниматели в марте-апреле сменился тенденцией роста оптимизма и деловой активности, однако темпы данного роста не предполагают роста деловой активности в ближайшие месяцы.

К основным мерам государственной поддержки малого бизнеса в условиях пандемии в России, следует отнести:

- субсидии малым предприятиям и ИП для покрытия расходов на оплату труда при условии сохранения 90% рабочих мест, что дало возможность в мае-июне 2020 г. сохранить более 3,5 млн. рабочих мест;
- отсрочка и освобождение от арендных платежей федерального имущества за апрель-июнь 2020 г.;
- отсрочка кредитных платежей на 6 месяцев;
- снижение страховых взносов по зарплате в той части, которая превышает МРОТ (взнос в ПФР – 10%, в ФОМС – 5%, взносы в ФСС не уплачиваются);
- льготное кредитование (под 8,5%), в том числе для микропредприятий, которые реализуют подакцизные товары [10].

В частности, для покрытия расходов на оплату труда предприятия могли взять кредиты под 0% в течение первых 6 месяцев и под 4% – в течение следующих 4 месяцев. Был введен мораторий на принудительное банкротство сроком на 6 месяцев и освобождение от обязательства подать заявление по добровольному банкротству. Предприятиям разрешили продлить сроки представления налоговых отчетов; были продлены на полгода все лицензий и разрешения; отменены до конца года практически все проверки.

В целом общая стоимость мер, направленных на борьбу с распространением COVID-19 и смягчение экономических последствий от ограничений по состоянию на начало июля 2020 г. составила около 4 трлн. руб.

Не остались в стороне и организации, которые занимаются поддержкой МСП. Агентство стратегических инициатив запустило сервис поддержки городских предпринимателей, инициировало конкурс «Смарт. Эволюция» с призовым фондом в 3 млн. рублей.

О поддержке малого и среднего бизнеса объявила Mail.ru Group, выделив на эти цели 1 млрд. руб. Благотворительный Фонд Владимира Потанина выделил 1 млрд. руб. на поддержку НКО.

В регионы для поддержки бизнеса дополнительно были направлены 14 млрд. руб. и 12 млрд. руб. для докапитализации микрофинансовых организаций. Сами регионы и муниципальные об-

разования заняли активную позицию по разработке собственных антикризисных мер.

Правительство ряда территорий (Приморский край), помимо прочих мер, снизило ставку налога по упрощённой системе налогообложения. Власти Калининградской области разработали пакет мер поддержки экономики и рынка труда региона общим объёмом 752 млн. рублей, включая льготные займы субъектам МСП под 0,1% годовых. В Краснодарском крае на поддержку МСП в период пандемии коронавируса направят 3,2 млрд. рублей, в Якутии – порядка 1 млрд. рублей.

Во Владимирской области, наряду с государственными мерами поддержки, микрокредитная компания «Фонд содействия развитию малого и среднего предпринимательства во Владимирской области» снизила процентную ставку по займам на 2 года до 1%; по расчетам лизинговых платежей – до 6% при увеличении срока лизинга до 6 лет при возможности снижения лизинговых платежей до 20% с отсрочкой на 6 месяцев. Гарантийный фонд Владимирской области предоставляет поручительства до 70% от суммы кредита.

Вместе с тем, по мнению специалистов, несмотря на принятые пакеты мер поддержки экономики, масштаб действий в РФ значительно уступает тем объемам, которые реализовывались в европейских странах.

В докладе Всемирного Банка (ВБ) «Малые и средние предприятия во время пандемии: влияние, реакция и роль финансирования развития», основанном на сравнении влияния коронакризиса на МСП в 13 странах (в том числе в России), указано, что, безусловно, МСП требуют поддержки. Они более уязвимы по сравнению с крупными компаниями: поддерживают ликвидность для покрытия постоянных затрат в течение десяти недель (это на три недели меньше, чем у крупных фирм), при снижении спроса их продажи проседают сильнее – в среднем на 9 п. п.

В целом специалисты отмечают, что весной-летом 2020 года, с рынка ушло не более 10% МСП. Это в большей мере объясняется теми мерами, которые правительства многих стран организовало для их поддержки.

Хотя и здесь были свои проблемы. В частности, в России часть рассчитывавших на помощь компаний столкнулась с бюрократией, отказами банков и несговорчивостью арендодателей. Согласно данным Центра стратегических разработок – ЦСР (РБК), который еженедельно мониторил настроение бизнеса в условиях пандемии (в опросе участвовали 2,5 тыс. компаний) в мае 2020 г., 38% опрошенных представителей малого и среднего бизнеса получили отказ при попытке получить кредиты под 0% на зарплаты, 32% опрошенным не удалось договориться с банком о беспроцентной отсрочке на полгода, 25% столкнулись с отказом в отсрочке начисления процентов по льготной ставке; 34% не смогли договориться об отсрочке арендной платы; 30% компаний отказали в грантах на выплату зарплат из расчета МРОТ на одного сотрудника.

Реализуемые меры государственной поддержки позволили снизить финансовую нагрузку на малый бизнес и сохранить условия для осуществления предпринимательской деятельности в непростой экономической ситуации. Переход на удаленную работу, развитие своего бизнеса в Интернете позволяет компаниям не обанкротить свою компанию, и только 21% респондентов не уверены, что их компании смогут продолжить работу и сохранить рабочие места после пандемии. Однако не все воспользовались государственной поддержкой по разным причинам, от сложности подачи документов до невозможности подачи документов из-за отсутствия некоторых ОКВЭД в документах, регулирующих оказание помощи малому бизнесу.

Россия имеет значительный потенциал для «мягкого» выхода из сложившейся ситуации при соблюдении двух условий: самоизоляции граждан и эффективных решений, принимаемых государством для сдерживания распространения пандемии и поддержки бизнеса.

Список литературы

1. Андрей Клепач: Последствия пандемии для российской экономики [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://scienti!crussia.ru>; Последствия пандемии для российской экономики. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/>

- id/5e274bc843863f00acd7ed97/posledstviia-pandemii-dlia-rossiiskoi-ekonomiki-5eda140901587e1eb3b15711
2. Антикризисные меры перечень мер поддержки малого бизнеса при убытках от самоизоляции в условиях пандемии коронавируса COVID. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://решение-верное.рф/msp-covid-april-2020>
 3. Более 50% малых и средних компаний в РФ избежали убытков в пандемию. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://rg.ru/2020/08/13/bolee-50-malyh-i-srednih-kompanij-v-rf-izbezhali-ubytkov-v->
 4. Господдержку в условиях пандемии смогли получить 10% компаний. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/19/05/2020/5ec39e899a7947f896d6b1d5>
 5. Как в регионах расширили меры поддержки МСП в связи с пандемией. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://мойбизнес.рф/>; <https://мойбизнес.рф/novosti/news/kak-v-regionakh-rasshirili-mery-podderzhki-msp-v-svyazi-s-pandemiey>
 6. Как пандемия коронавируса влияет на бизнес. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://retail-loyalty.org/news/kak-pandemiya-koronavirusa-vliyaet-na-biznes>
 7. Минэкономразвития оценило влияние пандемии коронавируса на малый бизнес. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://b-mag.ru/minjekonomrazvitija-ocenilo-vlijanie-pandemii-koronavirusa-na-malyj-biznes/>
 8. Малый бизнес в условиях пандемии коронавируса. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/id/5de80bb516ef9000ae654ff8/malyi-biznes-v-usloviiah-pandemii-koronavirusa-5e7bac1d44566d763d5ebc2f>
 9. Мировые практики поддержки бизнеса в условиях пандемии COVID-19 взглядом «очевидцев». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://opora.ru/>; <https://opora.ru/news/mirovye-praktiki-podderzhki-biznesa-v-usloviyah-pandemii-covid-19-vzglyadom-ochevidtsev.html>
 10. МСП в условиях COVID: какие есть меры поддержки. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://nb-forum.ru/useful/msp-v-usloviyah-covid-kakie-est-meri-podderzhki>

11. Пандемия и малый бизнес: действительно ли все так плохо, как говорят? Эксперты рассказали, как пережить кризис. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://bankstoday.net/last-articles/pandemiya-i-malyj-biznes-dejstvitelno-li-vse-tak-ploho-kak-govoryat-eksperty-rasskazali-kak-perezhit-krizis> 01.06.2020, Выпуск #043 А. Васильев
12. Политика в отношении МСП в РФ: обновление после пандемии? Образцова О.И., Чепуренко А.Ю. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>; Как пандемия коронавируса влияет на бизнес. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://retail-loyalty.org/news/kak-pandemiya-koronavirusa-vliyaet-na-biznes/>
13. Почти 70% российских компаний пострадали из-за пандемии коронавируса. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/28/05/2020/5ecf711b9a7947324d1448cf>
14. Российский рынок труда в условиях пандемии новой коронавирусной инфекции: тенденции, вызовы и государственное регулирование. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>; <https://cyberleninka.ru>; <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskiy-rynok-truda-v-usloviyah-pandemii-novoy-koronavirusnoy-infektsii-tendentsii-vyzovy-i-gosudarstvennoe-regulirovanie>
15. Статистика бизнеса. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://vawilon.ru/statistika-biznesa/>
16. Стратегии выживания малых и средних бизнесов во время пандемии. [Эл. ресурс]. - Режим доступа: <https://vc.ru/u/484425-daria-ratobylskaya/122079-strategii-vyzhivaniya-malyh-i-srednih-biznesov-vo-vremya-pandemii>
17. Удержаться на плаву: как спасается малый бизнес. [Эл. ресурс]. - Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/social/2020/04/28/13065943.shtml>
18. Эксперт рассказал о трудностях малого и среднего бизнеса в пору пандемии. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://regnum.ru/news/economy/3083964.html> МОСКВА, 7 ОКТЯБРЯ 2020, REGNUM

References

1. Andrey Klepach: Consequences of the pandemic for the Russian economy [Electronic resource]. - Access mode: <https://scienti!crussia.ru>; The consequences of the pandemic for the Russian economy. [Electron-

- ic resource]. - Access mode: <https://zen.yandex.ru/media/id/5e274bc843863f00acd7ed97/posledstviia-pandemii-dlia-rossiiskoi-ekonomiki-5eda140901587e1eb3b15711>
2. Anti-crisis measures a list of measures to support small businesses with losses from self-isolation in the context of the COVID coronavirus pandemic. [Electronic resource]. - Access mode: <https://решение-верное.Russian Federation/msp-covid-April-2020>
 3. More than 50% of small and medium-sized companies in the Russian Federation escaped losses in the pandemic. [Electronic resource]. - Access mode: <https://rg.ru/2020/08/13/bole-50-malyh-i-srednih-kompanij-v-rf-izbezhalibytkov-v-4.10%of-companies-were-able-to-receive-state-support-in-the-context-of-the-pandemic>. [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.rbc.ru/economics/19/05/2020/5ec39e899a7947f896d6b1d5>
 5. How the regions have expanded their support to SMEs in response to the pandemic. [Electronic resource]. - Access mode: <https://мойбизнес.of the Russian Federation>; <https://мойбизнес.russian federation/novosti/news/kak-v-regionakh-rasshirili-mery-podderzhki-msp-v-svyazi-s-pandemiyey>
 6. How the coronavirus pandemic affects business. [Electronic resource]. - Access mode: <https://retail-loyalty.org/news/kak-pandemiya-koronavirusa-vliyaet-na-biznes>
 7. The Ministry of Economic Development has assessed the impact of the coronavirus pandemic on small businesses. [Electronic resource]. - Access mode: <https://b-mag.ru/minjekonomrazvitija-ocenilo-vlijanie-pandemii-koronavirusa-na-malyj-biznes/>
 8. Small business in the context of the coronavirus pandemic. [Electronic resource]. - Access mode: <https://zen.yandex.ru/media/id/5de80bb516ef9000ae654ff8/malyi-biznes-v-usloviiah-pandemii-koronavirusa-5e7bac1d44566d763d5ebc2f>
 9. Global business support practices in the context of the COVID-19 pandemic from the perspective of “eyewitnesses”. [Electronic resource]. - Access mode: <https://opora.ru>; <https://opora.ru/news/mirovyepraktiki-podderzhki-biznesa-v-usloviyakh-pandemii-covid-19-vzglyadom-ochevidtsev.html>

10. SMEs in the context of COVID: what support measures are available. [Electronic resource]. - Access mode: <http://nb-forum.ru/useful/msp-v-usloviyah-covid-kakie-est-meri-podderzhki>
11. The pandemic and small business: Is it really as bad as they say? Experts told how to survive the crisis. [Electronic resource]. - Access mode: <https://bankstoday.net/last-articles/pandemiya-i-malyj-biznes-dejstvitelno-li-vse-tak-ploho-kak-govoryat-eksperty-rasskazali-kak-perezhit-krizis01.06.2020>, Issue #043 A. Vasiliev
12. SME policy in the Russian Federation: an update after the pan-pandemic? Obratsova O. I., Chepureno A. Yu. [Electronic resource]. - Access mode: <http://elibrary.ru>; How the coronavirus pandemic affects business. [Electronic resource]. - Access mode: <https://retail-loyalty.org/news/kak-pandemiya-koronavirusa-vliyaet-na-biznes/>
13. Almost 70% of Russian companies were affected by the coronavirus pandemic. [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.rbc.ru/economics/28/05/2020/5ecf711b9a7947324d1448cf>
14. The Russian labor market in the context of the new coronavirus pandemic: trends, challenges and state regulation. [Electronic resource]. - Access mode: <http://elibrary.ru>; <https://cyberleninka.ru>; <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskiy-rynok-truda-v-usloviyah-pandemii-novoy-koronavirusnoy-infektsii-tendentsii-vyzovy-i-gosudarstvennoe-regulirovanie>
15. Business statistics. [Electronic resource]. - Access mode: <https://vavilon.ru/statistika-biznesa/>
16. Strategies for the survival of small and medium-sized businesses during the pandemic. [Electronic resource]. - Access mode: <https://vc.ru/u/484425-daria-ratobylskaya/122079-strategii-vyzhivaniya-malyh-i-srednih-biznesov-vo-vremya-pandemii>
17. To stay afloat: how small businesses are saved. [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.gazeta.ru/social/2020/04/28/13065943.shtml>
18. The expert spoke about the difficulties of small and medium-sized businesses in the time of the pandemic. [Electronic resource]. - Access mode: <https://regnum.ru/news/economy/3083964.html> MOSCOW, October 7, 2020, REGNUM

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Дигилина Ольга Борисовна, д.э.н., профессор кафедры Бизнес-информатика и экономика
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Российская Федерация
o.b.digilina@mail.ru

Уланов Евгений Александрович, старший преподаватель кафедры Бизнес-информатика и экономика
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Российская Федерация
evgeniyulnv@rambler.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Digilina Olga Borisovna, doctor of Economics, Professor of the Department of Business Informatics and Economics
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
iteslenko@inbox.ru

Ulanov Evgeny Aleksandrovich, senior lecturer of the Department of Business Informatics and Economics
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
evgeniyulnv@rambler.ru

УДК 339

ИНСТРУМЕНТЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА*Ерлыгина Е.Г., Ромашова Д.Е.*

В статье рассматриваются инструменты современного маркетинга, представлены основные модели воздействия на потребителя, использование которых позволит маркетологам создавать условия для привлечения покупателей.

Ключевые слова: *маркетинг; товар; потребители; прибыль.*

THE TOOLS OF MODERN MARKETING*Erlygina E.G., Romashova D.E.*

The article examines the tools of modern marketing, presents the main models of impact on the consumer, the use of which will allow marketers to create conditions for attracting customers.

Keywords: *marketing; product; consumers; profit.*

В современном мире маркетинг – это комплекс мер, направленных на улучшение сотрудничества между двумя сторонами, продавцами и покупателями. Для привлечения покупателей производители и продавцы используют целый комплекс мероприятий, обеспечивающийся различными маркетинговыми инструментами [1].

Маркетинг, это инструмент, используемый для продажи определенного товара. Он предоставляет всю необходимую информацию об услуге или продукте потенциальному покупателю, чтобы оценить целесообразность своей покупки и принять решение на основе полученной информации.

Маркетинг, это система управления деятельностью предприятия по разработке, производству, и сбыту товаров на основе изучения рынка с целью получения прибыли [2].

Важнейшей задачей маркетинговой деятельности предприятия является выявление продукции, которая сможет обеспечить организации наибольшую прибыль, а также ориентация деятельности через планирование на продажу именно таких видов продукции [3].

В 50-е года 20 века в то время, когда маркетинг формировался как дисциплина, были выявлены три основных инструмента привлечения внимания к товару (табл. 1).

Таблица 1.

Инструменты привлечения внимания к товару

№ п/п	Инструменты	Описание
1.	Продукт (product)	Производить нужно только то, что можно продать, то есть спрос рождает предложение, а не наоборот.
2.	Цена (price)	Назначать нужно такую цену, которая соответствует рыночной, а не основана на издержках. Цена должна быть конкурентоспособной.
3.	Место (place).	Производитель должен поставить товар на полку, так чтобы покупатель смог его увидеть, потрогать и понять, что он должен его купить.

В 60-х впервые появилась методология расчёта емкости рынка и такой термин как «Продвижение» (Promotion). Компании стремились первыми занять новую нишу на рынке, чтобы избежать конкуренции и успеть захватить как можно больше внимания потребителя. Расчет емкости рынка включал в себя определение жизненного цикла товара, как долго от конкретной группы потребителей производитель сможет получать деньги, стоит ли вкладывать средства в создание этого продукта. Таким образом, в конце 60-х годов сформировалась концепция 4P (product, price, place, promotion).

В 70-х и 80-х годах 20 века по мере развития маркетинга, встает вопрос о выборе потребителя и причинах этого выбора. Маркетологи задались целью объяснить покупателю почему товар данного производителя отличается от товаров конкурентов и чем он лучше. Первые исследования рынка были направлены на анализ отношения потребителя к товару и определение соотношения цены

и качества. Был введен новый термин «Позиционирование» – это процесс создания в сознании покупателя образа товара, который будет являться «лучшим выбором». Оно строилось на основе уникального товарного предложения и включало в себя уникальность продукта, определение потребности, которую он удовлетворяет и выгоду от его покупки.

Таким образом сформировалась современная концепция маркетинга, которая используется во всем мире.

Для того, что бы воздействовать на потребителя так чтобы он точно купил товар именно данного производителя, используют разные методы. Существуют три основные модели воздействия на потребителя (рис.1).

Первая модель: манипулирование или эмоциональное позиционирование.

При создании рекламы маркетологи в команде с копирайтерами стараются создать такую рекламную капанию, которая заставит покупателя не только обратить внимание на товар, но и понять, что именно он нужен ему. Обратить внимание именно на те потребности которые тревожат потребителя, задеть его за живое и дать понять что данный продукт решит его проблемы, сделает его лучше.

Хорошим примером такого рекламного слогана являются фразы «Ведь я этого достойна» рекламной кампании L'Oreal Paris или «Вот что я люблю» сети Макдональдс. Они обращают внимание потребителя не на товар, а на него самого тем самым вызывая эмоции. Эмоциональное позиционирование формирует ассоциативную взаимосвязь между какой-либо эмоцией и потреблением товара.

Вторая модель воздействия на потребителя: специализация продукта. Специализация может быть по новой целевой группе или новому способу использования товара, выявлению «виртуальных» отличий (тех, которых нет) и фокусированному предложению.

Условиями специализации продукта являются наличие выявленно-го рыночного сегмента и отсутствие предложений для этого сегмента.

Третья модель воздействия на потребителя: Public Relations (PR).

Суть этой модели заключается в создании такого образа товара, который отличается от всех остальных. Этот образ связывается с

компанией производителем и вызывает множество ассоциаций. Примером может служить компания Apple, которая в свое время создала инновационный продукт и зарекомендовала себя на рынке, построив прочные ассоциативные связи с потребителями.

Если же компания не имеет возможности создать репутацию в таких масштабах, то имеют место другие приемы PR. Например использование названия города в названии продукции (Вологжанка, Городецкое молоко, Суздальское масло, Белорусская косметика) что сразу вызывает ассоциации у потребителя и повышает авторитет продукции, вызывает доверие.

Таким образом используя вышеизложенные инструменты маркетинга, маркетолог создает все условия для привлечения покупателя к походу в магазин, что влияет на формирование прибыли и, в конечном итоге, на общую производительность организации.

Список литературы

1. Лебеденко Е.Д. Анализ инструментов и методов маркетинга // Молодой ученый. 2019. № 52 (290). С. 433–435.
2. Московченко И.В., Новикова Т.В. Использование зарубежного опыта формирования комплексной системы маркетинга современными отечественными предприятиями // Актуальные научные исследования в современном мире. 2018. № 10-3 (42). С. 25–29.
3. Ходжева Д.О. Основы современного маркетинга // Символ науки. 2019. № 5. С. 121–122.

References

1. Lebedenko E.D. Analysis of marketing tools and methods. 2019. № 52 (290), pp. 433–435.
2. Moskovchenko I.V., Novikova T.V. The use of foreign experience in the formation of a comprehensive marketing system by modern domestic enterprises // Actual scientific research in the modern world. 2018. № 10-3 (42), pp. 25–29.
3. Khodzheva D.O. Osnovy sovremennogo marketika // Symbol of science. 2019. №. 5, pp. 121–122.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Ерлыгина Елена Геннадьевна, к.э.н., доцент, доцент кафедры
«Менеджмент и маркетинг»
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
erlygina@mail.ru

Ромашова Дарья Евгеньевна, студент
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
romashovadaria@gmail.com

DATA ABOUT THE AUTHORS

Erlygina Elena Gennadievna, Candidate of Economic Sciences, Asso-
ciate Professor of the Department of Management and marketing»
*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
erlygina@mail.ru
ORCID: 0000-0003-2049-3845

Romashova Darya Evgenievna, student
*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
romashovadaria@gmail.com

УДК 343.13

ПРОБЛЕМА ВЫЯВЛЕНИЯ НЕЗАКОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, ОСУЩЕСТВЛЯЕМОГО ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Зебницкая А.К.

В статье рассматривается проблема выявления фактов осуществления незаконной предпринимательской деятельности посредством социальных сетей. Автор анализирует действующее российское законодательство и практику правоохранительных органов по применению норм права.

Ключевые слова: *предпринимательство; незаконная предпринимательская деятельность; интернет; социальные сети; юридическая ответственность.*

THE PROBLEM OF IDENTIFYING ILLEGAL ENTREPRENEURSHIP CARRIED OUT THROUGH SOCIAL NETWORKS

Zebnitskaya A.K.

The article deals with the problem of identifying the facts of illegal business activities through social networks. The author analyzes the current Russian legislation and the practice of law enforcement agencies in applying the norms of law.

Keywords: *entrepreneurship; illegal business activity; Internet; social networks; legal responsibility.*

Социальные сети более не используются исключительно для общения, их функционал значительно расширился. Теперь социальные сети стали мощной площадкой для ведения бизнеса, благодаря устойчивому информационному потенциалу. Соцсети обладают ре-

сурсным механизмом для размещения информации о товарах, услугах, включая рекламу, электронных форм для заказов при продаже розничных товаров дистанционным способом. При этом отдельные предприниматели строят свой бизнес исключительно в рамках интернет-площадки. Такие предприниматели зачастую ошибочно полагают, что для ведения бизнеса достаточно лишь завести аккаунт в соответствующей социальной сети.

За прошедший год преимущества удаленной работы посредством социальных сетей в связи с пандемией коронавируса, оценили многие россияне. Однако, государство крайне обеспокоено ситуацией. Сложилась тенденция, гражданин оказывает услуги на дому, рекламирует свою услугу посредством размещения информации о ней в социальных сетях, но при этом не встает на учет в качестве индивидуального предпринимателя в Федеральной налоговой службе России. Соответственно государство не получает налог в доход бюджета, гражданин не перечисляет и страховые взносы. Кроме того, компенсируя Пенсионному фонду РФ недостающие денежные средства, Россия вынуждена тратить дополнительные ресурсы. Такие бюджетные потери и расходы будут только расти, поскольку незаконная самозанятость граждан только растет.

Незаконное предпринимательство в сети Интернет также влечет и опасность для потребителей, способствует распространению запрещенных к продаже товаров.

Законодатель устанавливает обязанность граждан занимающихся предпринимательской деятельностью проходить в соответствующем порядке государственную регистрацию в качестве юридических лиц, либо индивидуальных предпринимателей (ст. 2 ГК РФ). В 2017 году законодатель предусмотрел возможность осуществления гражданами отдельных видов деятельности без обязательной регистрации в качестве индивидуальных предпринимателей (п. 1 ст. 23 ГК РФ), а в налоговом законодательстве установлен перечень таких видов предпринимательства (п. 70 ст. 217 НК РФ). В частности, это репетиторство, присмотр и уход за детьми, больными и пожилыми лицами старше 80 лет, уборка жилых помещений и т.д.

Таким образом, продавая в социальной сети Instagram два и более товара либо услуги в год гражданин, по сути, осуществляет предпринимательскую деятельность. В качестве примера можно привести аккаунты бизнес-тренеров и их продажи вебинаров, изготовление и продажа вязанных изделий, услуги финансовых-консультантов и фитнес-тренеров и просто размещение рекламы в аккаунтах известных блоггеров. Любая заработанная сумма денег в социальных сетях по налоговому законодательству России является налогооблагаемой базой.

Действующее законодательство не содержит регламентированного минимума такого заработка для отнесения данного признака к предпринимательству. Исходя из закона, все блоггеры и продавцы обязаны декларировать свои доходы и облагаться налогом в соответствии с выбранным режимом индивидуального предпринимательства. Экономически блоггер может рассчитать выгодные для него варианты налогообложения, например «упрощенка» позволяет платить 6% от суммы дохода.

На практике необходимости оформлять ИП у блоггеров и инстаграм-продавцов – попросту нет. Продавец может завести специальный бизнес-аккаунт и спокойно выставлять свой товар или услугу на странице социальной сети. При этом администрация соцсети не требует предоставления выписки из ЕГРИП, документов подтверждающих налоговую отчетность. Многие продавцы осуществляют предпринимательскую деятельность с личных аккаунтов, что также никак не отслеживается (за исключением случаев продажи запрещенных товаров).

Однако, по закону такая регистрация необходима. В случае если продавец изготавливает кондитерские изделия или детское питание собственного производства, то согласно ОКВЭД 2 – это «Розничная торговля, осуществляемая непосредственно при помощи информационно-коммуникационной сети Интернет». При осуществлении такой деятельности необходимо иметь минимум регистрацию в качестве индивидуального предпринимателя.

Законодатель предусмотрел несколько видов юридической ответственности за осуществление незаконной предпринимательской деятельности.

Во-первых, в случае выявления незаконного предпринимательства физического лицу придется заплатить НДФЛ в размере 13% от всех доходов, которые Федеральной налоговой службе России удастся установить. Как правило, устанавливают периодичность и размер сумм поступающих на личный счет продавца.

Во-вторых, на продавца наложат штраф в соответствии с ч. 2 ст. 116 НК РФ в размере 10 % от дохода за период незаконного предпринимательства, при этом не менее 40 тысяч рублей.

В-третьих, продавец может быть привлечен к административной ответственности за осуществление предпринимательской деятельности без государственной регистрации в качестве ИП (ч. 1 ст. 14.1 КоАП РФ). Санкцией статьи предусмотрен штраф в размере от 500 до 2000 рублей.

В-четвертых, продавцу может грозить и уголовная ответственность. Частью 1 статьи 171 УК РФ предусмотрена ответственность за отсутствие регистрации в качестве ИП и наличие годового дохода свыше 2,25 млн рублей (примечание к ст. 170.2 УК РФ). Санкция за данное преступление предусмотрена в размере до 300 тыс рублей штрафа, до 480 часов обязательных работ либо до 6 месяцев ареста.

Несмотря на то, что научной общественностью активно обсуждаются проблемы использования информационно-коммуникационных интернет-ресурсов в преступных целях, единой методики выявления незаконного предпринимательства в социальных сетях не сформулировано. Практических рекомендаций по применению действующего законодательства автором также найдено не было.

Интересен опыт Управления ФНС России по Тверской области. Сотрудники налоговой службы изучили социальные сети «ВКонтакте» и Instagram, выявили более 30 граждан, незаконную предпринимательскую деятельность без регистрации. Процесс доказывания у сотрудников ФНС не занял много времени. Они осуществили заказы через социальные сети товаров и услуг в качестве физических лиц. Так, сотрудники воспользовались услугами маникюра, парикмахера,

репетитора, няни, массажиста и купили кондитерские и вязанные изделия. Физическим лицам были вручены уведомления о вызове в ФНС для дачи пояснений о способах и размере полученных доходов, налоговой отчетности и неуплате налогов.

Комментирую в средствах массовой информации свои действия по выявлению фактов незаконного предпринимательства, тверские сотрудники ФНС России использовали термин «рейд». Однако такой формы налогового контроля действующий НК РФ не содержит. А значит, по результатам таких «налоговых рейдов» не могут быть наложены никакие взыскания. Такие действия налоговых инспекторов нельзя отнести и к контрольной закупке, поскольку целью ее проведения является проверка наличия и работы касс у юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Следовательно, физическое лицо не обязано иметь кассу и проводить в отношении него контрольную закупку незаконно.

Между тем, законность действий сотрудников ФНС оспорить едва ли возможно. Действуя как частные лица, налоговые инспекторы могут делать заказы услуг и продукции у других физических лиц. Как правило, продавцы и блоггеры понимают незаконность своей деятельности и такие вызовы в налоговую службу для дачи объяснений воспринимаются ими как побуждение к «явке с повинной». Целью таких мероприятий, проводимых ФНС и является побуждение граждан к узаконенному предпринимательству.

Налоговый инспектор уполномочен вызывать граждан для дачи объяснений по вопросам налоговой отчетности, но не обязывает сознаваться в уклонении от налоговых обязательств. Все вышеизложенное обуславливает необходимость выработки комплексных рекомендаций по вопросам применения законодательства, направленного на пресечение незаконного предпринимательства.

Список литературы

1. Соцсети как основной инструмент ведения бизнеса: правовые аспекты URL: <https://www.garant.ru/article/1261433/> (Дата обращения: 27.02.2021)

References

1. Social networks as the main business tool: legal aspects of the URL: <https://www.garant.ru/article/1261433/> (Accessed: 27.02.2021).

ДАНИЕ ОБ АВТОРЕ

Зебницкая Анна Константиновна, к.ю.н., доцент кафедры Уголовно-правовых дисциплин
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
zefna@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Zebnitskaya Anna Konstantinovna, Candidate of Law Sciences, Associate Professor at the Department of Criminal Law disciplines
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
zefna@mail.ru
ORCID: 0000-0002-4556-6580

УДК 656.01

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ТРАНСПОРТНЫМИ ПОТОКАМИ В СИСТЕМЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

Изюмова Н.Ю., Мухина И.И., Смирнова А.В.

Логистический подход к управлению транспортными потоками в системе распределения на практике реализуется как целенаправленный процесс воздействия на продвижение товаров и обеспечивает достижение эффективного процесса транспортировки товаров на рынке, лояльности клиентов по отношению к предприятию. Логистический подход наиболее полно реализует требования современного рынка, интегрируя все направления деятельности предприятия для достижения конечной цели – удовлетворения потребностей клиентов.

Транспортировка товаров и любых других грузов, участвующих в экономических операциях имеет огромное значение для эффективного функционирования системы распределения. Качество обслуживания клиентов – один из наиболее значимых факторов имиджа каждой компании. Высокий уровень обслуживания приводит к увеличению количества лояльных клиентов, формирует благоприятный имидж компании, и приводит к росту финансовых показателей.

Цель: *выбрать наиболее эффективный способ доставки товаров.*

Метод или методология проведения работы: *общенаучные, экономико-математические, метод анализа иерархий.*

Результаты: *в статье выявлены возможные способы доставки товаров клиентам, предложена методика выбора наиболее оптимального способа доставки.*

Область применения результатов: *предложенная методика выбора наиболее оптимального способа доставки может стать этапом алгоритма по формированию системы распределения предприятия.*

Ключевые слова: логистический подход; система распределения; управление транспортными потоками; метод анализа иерархий; транспортно-логистические компании.

LOGISTIC APPROACH TO THE MANAGEMENT OF TRANSPORT FLOWS IN THE DISTRIBUTION SYSTEM

Izyumova N. Yu., Mukhina I. I., Smirnova A. V.

The logistics approach to the management of transport flows in the distribution system is implemented in practice as a purposeful process of influencing the promotion of goods and ensures the achievement of an effective process of transporting goods in the market and ensuring the loyalty of customers to the enterprise. The logistics approach most fully implements the requirements of the modern market, integrating all the activities of the enterprise to achieve the ultimate goal – to meet the needs of customers.

The transportation of goods and any other goods involved in economic operations is of great importance for the efficient functioning of the distribution system. The quality of customer service is one of the most significant factors in the image of each company. A high level of service leads to an increase in the number of loyal customers, creates a favorable image of the company, and leads to an increase in financial indicators.

Goal: *to choose the most efficient way to deliver goods.*

The method or methodology of the work: *general scientific, economic and mathematical, the method of analyzing hierarchies.*

Results: *the article identifies possible ways of delivering goods to customers, and suggests a method for choosing the most optimal delivery method.*

Scope of application of the results: *the proposed method of selecting the most optimal delivery method can become a stage of the algorithm for the formation of the enterprise distribution system.*

Keywords: *logistics approach; distribution system; traffic flow management; hierarchy analysis method; transport and logistics companies.*

Введение

Управление транспортными потоками является одной из важнейших задач функционирования предприятия. В связи с тем, что эффективность работы системы распределения и предприятия в целом, напрямую зависят от транспортных расходов. Управление транспортными потоками является неотъемлемым элементом системы распределения предприятия (в части доставки товаров) и оказывает существенное воздействие на лояльность клиентов. В условиях растущей конкуренции клиенты становятся более чувствительны к качеству обслуживания, а значит к качеству доставки [5, с. 46].

Следовательно, необходимость мониторинга показателей управления транспортными потоками и обеспечения высокого уровня качества сервиса обусловлена необходимостью конкурентоспособности и клиентоориентированности [14, с. 4425]. Высокий уровень качества обслуживания индуцирует рост количества лояльных клиентов, благоприятно воздействует на имидж предприятия и способствует росту финансово-экономических показателей. Перманентная оценка степени удовлетворения клиентов дает возможность отследить эмоциональную привязанность и спрогнозировать поведение контрагентов [13, с. 242].

Применение логистического подхода к управлению транспортными потоками позволяет целенаправленно воздействовать на уровень качества обслуживания клиентов, на транспортные расходы и на эффективность функционирования организации в целом [12].

Цель работы

Транспортный поток имеет следующие отличия от материального и грузового: не обязательно подразумевает перевозку товарно-материальных ценностей, рассматривается обособленно на каждом виде транспорта, осуществляется от пункта отправления до пункта назначения одного вида транспорта. Применение же логистического подхода к управлению транспортными потоками позволит повысить эффективность системы распределения и внести изменения в стандартную процедуру обслуживания разных групп клиентов [7, с. 104].

Основными принципами обслуживания клиентов в части транспортировки заказов являются: координация работы всех подразделений и сотрудников; оптимальная организация движения транспортных потоков; доставка заказов в оптимальные сроки; эффективное использование транспортных средств; безопасность движения; рентабельность перевозок [4, с. 126].

Целью настоящей работы является применение логистического подхода к управлению транспортными потоками в системе распределения на примере ООО «Инрум». Данный подход позволяет оптимизировать управление транспортными потоками в части доставки, относящейся к системе распределения, повысить качество обслуживания клиентов и заручиться их лояльностью по отношению к компании [8, с. 111].

Материалы и методы исследования

Исследования в области применения логистического подхода к управлению транспортными потоками в системе распределения проводилось на базе ООО «Инрум», которое реализует товары для дома в Центральном регионе России.

На основе анализа претензий клиентов сотрудники ООО «Инрум» столкнулись с определенными трудностями в сотрудничестве с ТК «Балтийский курьер», который в связи с большим числом заявок, перестал справляться с потоком заказов.

Основные претензии к транспортировке заказов, осуществляемых ТК «Балтийский курьер» представлены на рисунке 1. Данный массив представляет собой совокупность причин, по которым заказ был не оформлен или отменен, а также причины недовольства клиентов, которые получили и приняли свой заказ от данной транспортной компании.

В настоящее время при использовании услуг транспортной компании нет возможности управлять и контролировать должным образом доставку товаров до конечного потребителя, также отсутствует возможность контролировать статус заказа, и нет связи с курьером для уточнения времени доставки, состояния заказа и др.

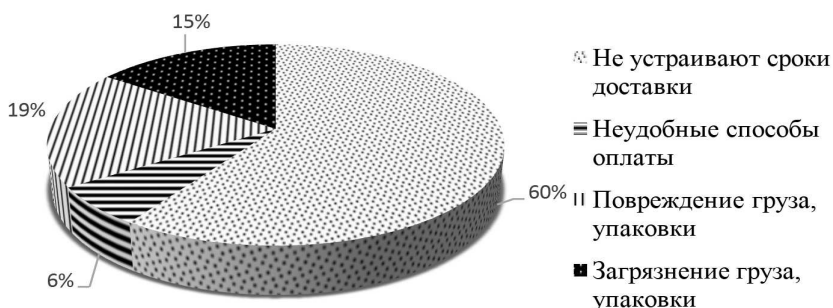


Рис. 1. Доля причин претензий к транспортировке заказов, осуществляемых ТК «Балтийский курьер», %

Также следует отметить, что возникают трудности с выполнением дополнительных услуг, таких как подъем на этаж и др.

Для обеспечения конкурентоспособности транспортного обслуживания необходимо гарантировать клиенту своевременность доставки, сохранность груза, гибкость в работе, наличие дополнительных услуг [3, с. 155]. Также транспортная компания должна демонстрировать максимальную заинтересованность в конечном результате и в стремлении удовлетворить потребности клиента в высоком уровне сервиса. С этой целью была проведена оценка показателей работы ТК «Балтийский курьер».

Количество заказов, привезенных клиентам ТК «Балтийский курьер» с нарушением сроков поставки за период 2019 г. представлено в таблице 1.

Таблица 1.

Количество задержанных заказов в 2019 г. в ООО «Инрум»

Отклонение, дни	Количество задержанных заказов в 2019 г. по месяцам, шт.											
	Янв.	Фев.	Март	Апр.	Май	Июн.	Июл.	Авг.	Сент.	Окт.	Нояб.	Дек.
1	5	7	4	6	13	10	11	7	6	7	9	11
2	2	3	3	5	7	8	7	3	4	5	6	5
3	1	3	2	2	7	5	5	3	2	3	3	4
4	2	1	0	1	5	2	2	2	0	1	3	3
5 и более	0	1	0	1	2	0	1	0	0	0	1	2
Всего	10	15	9	15	34	25	26	15	12	16	22	25

Для наглядности информация о задержках заказов представлена в виде графика на рисунке 2.



Рис. 2. Динамика задержек заказов в ООО «Инрум» за 2019 г. в ТК «Балтийский курьер», раз

По данным рисунка 2 видно, что наблюдаются пиковые периоды задержек в доставке, которые приходятся на май, июль и декабрь. Это связано с объемом продаж, который в этот период возрастает. Далее было рассчитано среднее превышение назначенного срока (среднее опоздание), а также процент заказов, которые были доставлены в срок. Результаты расчетов представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Оценка качества доставки ТК «Балтийский курьер» по срокам исполнения

Месяц	Янв.	Фев.	Март	Апр.	Май	Июн.	Июл.	Авг.	Сент.	Окт.	Нояб.	Дек.
Всего задержанных, шт.	10	15	9	15	34	25	26	15	12	16	22	25
Общее количество заказов, шт.	52	56	59	63	85	78	73	68	71	74	84	80
Среднее превышение назначенного срока, шт.	2	2,07	1,78	2,07	2,29	1,96	2,04	2	1,67	1,88	2,14	2,2
Процент заказов в срок, %	80,77	73,21	84,75	76,19	60	67,95	64,38	77,94	83,1	78,38	74,12	68,75

На основе представленных данных в таблице 2 можно сделать вывод, что в периоды с большим числом заказов доставка задержи-

вается чаще и на более длительный срок, т.е. в связи с загруженностью транспортная компания справляется со своей работой хуже и не обеспечивает высокий уровень сервиса.

Также необходимо отметить, что доставка заказов транспортной компанией связана с рядом других недостатков, таких как повреждение заказов, загрязнение груза и др. Проблемы, возникающие при транспортировке заказов ТК «Балтийский курьер», за месяц с самой большой загруженностью за 2019 г. (май 2019 г.), представлены в таблице 3.

Таблица 3.

Проблемы в доставке ТК «Балтийский курьер» за май 2019 г., ед.

Наименование проблемы	Количество заказов, ед.
Задержка доставки	32
Повреждение груза, упаковки	15
Загрязнение груза, упаковки	12
Итого	59

По результатам можно сделать вывод, что доставка в г. Санкт-Петербург имеет существенные недостатки:

1. Задержка доставки.
2. Некачественная доставка (повреждение, загрязнение груза).
3. Отсутствие контроля и влияния на деятельность ТК «Балтийский курьер».
4. Низкая гибкость ТК «Балтийский курьер» в работе и др.

Данные недостатки в работе транспортной компании устранить невозможно, так как ООО «Инрум» не способно существенно повлиять на работу другого независимого предприятия. Следовательно, в данном случае необходимо найти оптимальный способ доставки товаров по направлению г. Москва – Санкт-Петербург.

С этой целью следует выявить все возможные способы доставки товаров, описать их достоинства и недостатки, а затем рассчитать рейтинг каждого из них и на основе рейтинга принять решение. Целесообразно рассчитать рейтинг с помощью метода анализа иерархий.

Метод анализа иерархий (метод парных сравнений), разработанный Т. Саати, представляет собой процедуру для иерархического представления элементов [10, с. 24]. Метод основывается на декомпозиции проблемы на простые составляющие, затем парном сравнении этих составляющих «лицом, принимающим решение». В результате парного сравнения образуется степень важности для «лица принимающего решения» одного составляющего над другим. Затем эти суждения по шкале сравнений преобразуются в количественные оценки и устанавливаются приоритеты. Далее весь процесс подвергается проверке на степень согласованности мнений опрашиваемых экспертов.

Результаты исследования

На данный момент существует несколько основных способов доставки: курьерская доставка, «Почта России», транспортно-логистические компании, постаматы и пункты самовывоза. При этом большинство компаний используют различные варианты доставки, в зависимости от потребительских свойств товара и географии транспортировки.

При выборе типа доставки товаров, необходимо определить, цели и задачи этой доставки. Например, транспортировка мебели и одежды имеют значительные отличия. В первом случае необходим автомобиль большей грузоподъемности, бережная транспортировка, а также погрузочно-разгрузочные работы. Во втором – необходимо предоставить возможность примерки, а также возврата товара [1, с. 99].

При создании собственной службы доставки нужно вписать ее функционирование в общую систему работы компании, а также стандартизировать процессы внутри подразделения. С целью гармонизации функционирования собственной службы доставки целесообразно использовать современные эффективные системы управления транспортировками (например, Transportation Management System – TMS) [11, с. 635]. Также существенным преимуществом для оптимизации функционирования компании является наличие складской системы, позволяющей консолидировать и распределять

заказы клиентов .

Следующий вариант транспортировки – курьерская доставка. Для крупных агломераций – это самый востребованный и популярный способ доставки [15, с. 284]. Этот способ характеризуется высокой скоростью доставки и возможностью для клиентов ознакомиться с товаром воочию и проверить его состояние перед оплатой. Содержание собственной курьерской службы сопряжено с высокими рисками. Поэтому чаще всего курьерскую доставку отдают аутсорсинг. Особенностью данного вида доставки являются: высокая стоимость при высокой скорости доставки, а также надежность.

Следующим вариантом доставки является Почта EMS/России. На сегодняшний день данный вид доставки (наложенным платежом) является одним из популярнейших видов в России. Следует отметить, что причины этой популярности очевидны: самый большой охват территории страны, в том числе небольшие и труднодоступные поселения. Существенным недостатком доставки наложенным платежом являются случаи незабора, а следовательно, неоплаты доставленного товара. В этих случаях десять дней осуществляется доставка, 30 дней ожидание забора товара клиентом, в случае невостребованности товара клиентом еще десять дней на возврат. В данном случае компания должна оплатить доставку и туда, и обратно. Стоимость и скорость доставки варьируется в зависимости от географии перевозки, а степень надежности остается на среднем уровне. На основе данных статистики Почты России товар редко не достигает конечного пункта. В тоже время возможны нарушения контрольных сроков доставки и изменение внешнего вида упаковки, и повреждение товара.

Еще один способ доставки – это использование транспортно-логистических компаний (таких компаний как ПЭК, Деловые Линии, СДЕК и др.). Преимуществом данного способа доставки является высокая скорость по сравнению с Почтой России и наличие большого числа офисов по России, а также возможность доставки крупногабаритных грузов. Еще в качестве преимущества можно отметить: возможность принятия наличных денежных средств при получении заказа, высокую стоимость и скорость (по сравнению с Почтой России, но меньший

охват), достаточно высокую степень надежности, благодаря коротким срокам доставки и бережному отношению к грузу.

При передаче функции доставки в аутсорсинг компания отдает ответственность за доставку товаров компании-аутсорсеру. Выбор конкретного варианта транспортировки зависит от ряда внешних факторов [9, с. 28]. В таблице 4 представлено краткое сопоставление возможных способов доставки товаров клиентам ООО «Ирум».

Таблица 4.

**Сопоставление различных способов доставки товаров
клиентам ООО «Ирум»**

Фактор	Собственный автопарк	Транспортные компании	Частный перевозчик, наемный транспорт
Размер первоначальных финансовых инвестиций	Значительные (приобретение ТС, содержание, обслуживание и прочее)	Минимальные (нет необходимости приобретать ТС, нанимать сотрудников и тд.)	Незначительные (найм сотрудников, но организация ТС не приобретает)
Риск неоправданности инвестиций	Высокий (высокие первоначальные затраты могут быть не целесообразными при низком количестве заказов)	Низкий	Низкий
Стоимость доставки заказа	Под контролем, необходимо окупить все понесенные расходы, есть возможность получения доп.прибыли	Зависимость от тарифов ТК	Под контролем организации, есть возможность получения доп. прибыли, отсутствие необходимости окупать инвестиции
Своевременность доставки и сохранность груза	Под контролем организации, высокая заинтересованность в качестве доставки	Зависимость от ТК, низкая заинтересованность в результате	Под контролем организации, высокая заинтересованность в качестве доставки
Возможность контроля и влияния на перевозчика	Возможность непосредственного контроля и влияния на выполнение доставки товара	Независимость перевозчика, низкая степень влияния и контроля за выполнением доставки	Возможность непосредственного контроля и влияния на выполнение доставки товара
Гибкость перевозчика	Заинтересованность в высоком уровне сервиса, стремление удовлетворения потребностей клиента	Независимость, отсутствие возможности оказания дополнительных услуг	Заинтересованность в высоком уровне сервиса, стремление удовлетворения потребностей клиента

Для определения оптимального варианта транспортировки грузов необходимо рассчитать рейтинг в пересчете на вес каждого рассмотренного фактора методом анализа иерархий [6, с. 34].

Перечень учитываемых факторов:

1. Размер первоначальных финансовых инвестиций.
2. Риск больших денежных потерь
3. Стоимость доставки заказа.
4. Своевременность доставки и сохранность груза.
5. Возможность контроля и влияние на перевозчика.
6. Ответственность за транспортировку грузов.

Итоговый рейтинг вариантов содержится в таблице 5.

Таблица 5.

Итоговый расчет вариантов доставки

№	Наименование фактора	Вес фактора	Рейтинг вариантов			Взвешенный рейтинг участка по фактору		
			1	2	3	1	2	3
1	Размер первоначальных финансовых инвестиций	0,14	0,07	0,58	0,35	0,01	0,08	0,05
2	Риск неоправданности инвестиций	0,50	0,07	0,46	0,44	0,03	0,23	0,22
3	Стоимость доставки заказа	0,05	0,20	0,11	0,66	0,01	0,01	0,03
4	Своевременность доставки и сохранность груза	0,18	0,58	0,07	0,35	0,11	0,01	0,06
5	Возможность контроля и влияние на перевозчика	0,09	0,61	0,07	0,35	0,05	0,01	0,03
6	Гибкость перевозчика	0,04	0,63	0,07	0,33	0,02	0,00	0,01
Итого		1,00	–	–	–	0,24	0,34	0,41

Итоговый рейтинг свидетельствует о том, что наиболее выгодная для организации является доставка товаров наемным транспортом, который находится в собственности у сотрудников. Это связано с целым рядом преимуществ: отсутствие необходимости первоначальных финансовых вложений в приобретение транспортных средств, возможность достижение высокого уровня сервиса, возможность получения дополнительной прибыли для организации, гибкость

службы доставки, а также возможность непосредственного влияния и контроля службы доставки [2, с. 241].

Заключение

В целом эффективная интеграция транспортных процессов в сбытовой механизм компании осуществляется на основе логистической концепции, формирование которой стало следствием процессов, связанных с выработкой организационно-управленческого обеспечения удовлетворения требований «рынка покупателя».

В статье рассмотрено применение логистического подхода к управлению транспортными потоками в системе распределения, а именно на примере ООО «Инрум» доказана бесперспективность сотрудничества с транспортной компанией «Балтийский курьер», выявлены все возможные способы доставки заказов в г. Санкт-Петербург, рассмотрены преимущества и недостатки каждого из способов и на основе метода анализа иерархий рассчитаны рейтинги выбранных трех способов доставки. На основе полученных данных сделаны выводы.

Необходимость логистического подхода в практике хозяйственной деятельности обусловлена, прежде всего, переходом от рынка продавца к рынку покупателя, который требует гибкого реагирования распределительных систем на быстро меняющиеся потребности клиентов.

Список литературы

1. Багинова В.В., Миротин Л.Б., Федоров Л.С., Лёвин С.Б. Транспортная логистика (логистический менеджмент на транспорте). М.: Русайнс, 2018. 156 с.
2. Гаджинский А.М. Проектирование товаропроводящих систем на основе логистики. М.: ИТК «Дашков и К°». 2015. 324 с.
3. Голубчик А.М. Транспортно–экспедиторский бизнес: создание, становление, управление. М.: ТрансЛит, 2017. 317 с.
4. Изюмова Н.Ю., Мухина И.И., Смирнова А.В. Посредники как системные логистические интеграторы в распределительных системах

- предприятий // Транспортное дело России. Научный журнал. 2015. №6 (121). С. 126–131.
5. Изюмова Н.Ю., Смирнова А.В. Методологические подходы к процессу модернизации сбытовой системы // Экономика и управление: проблемы, решения. 2019. Т.8. №2. С. 46–52.
 6. Машуров А.Ю. Метод анализа иерархий для определения лучшей альтернативы / А.Ю. Машуров, А.Ф. Винокуров, А.И. Левочки. // Молодой ученый. 2019. № 17 (255). С. 34–38.
 7. Мухина И.И., Смирнова А.В. Контроллинг как стимул к эффективности бизнес-процессов // Мир транспорта. 2017. Т. 15. № 6 (73). С. 104–118.
 8. Мухина И.И., Смирнова А.В. Применение логистического подхода к управлению транспортной системой // Актуальные проблемы управления экономикой и финансами транспортных компаний: сборник научных трудов. Москва, 2016. С. 111–114.
 9. Романова О.А. Оптимизация поведения предприятия в современных условиях // Проблемы теории и практики управления / Норма. 2017. № 7. С. 28–31.
 10. Тихомирова А.Н., Сидоренко Е.В. Модификация метода анализа иерархий Т. Саати для расчета весов критериев при оценке инновационных проектов // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 2. С. 24–27.
 11. Markhaichuk, M. (2018) Impact of Online Retail on Economic Development in Russian Regions. In *Innovation Management, Entrepreneurship and Sustainability (IMES 2018)* (pp. 635-644). Vysokáškolaekonomická v Praze.
 12. Mikhaylyk, M., Mamaev, E., &Baginova, V. (2019). Empirical markers in the concept of digital logistics of multichannel supply chains. In M., Mikhaylyk, E, Mamaev& V., Baginova, (Eds.). *Proceedings from E3S WEB OF CONFERENCES: Topical problems of architecture, civil engineering and environmental economics*. Moscow, Russia: EDP Sciences.
 13. Smirnova, A., Izyumova, N. (2016). Modeling and modernization of distribution enterprise. *Proceedings of the international conference «Innovation Management, Entrepreneurship and Corporate Sustainability»(IMES 2016)*, (pp 242-254). Vysoká škola ekonomická v Praze.

14. Vrazhinova, M.N., Panteleeva, T.A., Vysotskaya, N.V., Chekadanova, M.V., Reznik, E.A., &Freydina, I.A. (2019). The economic security of companies within the petroleum machine-building sector in a climate of changing market conditions: modeling risks. *International journal of recent technology and engineering*. 8(2). (pp. 4425-4429).
15. Zhuckovskaya, I.F., Panshin, I.V., &Markhaichuk, M.M. (2020, December). Digitalization of Labor as a Key Factor in the Development of Logistic Activities in the Conditions of COVID-19. In *Proceedings of the International Conference Digital Age: Traditions, Modernity and Innovations (ICDATMI 2020)* (pp. 284-291). AtlantisPress.

References

1. Baginova V.V., Mirotin L.B., Fedorov L.S., Levin S.B. *Transport logistics (logistics management in transport)* [Transportnaja logistika (logisticheskij menedzhment na transporte)]. Moscow: Rusains, 2018. 156 p.
2. Hajinski, A. M. (2015). *Design of commodity distribution systems based on logistics* [Proektirovanie tovaroprovodjashhijh sistem na osnove logistiki]. Moscow: ITK «Dashkov and K», 2015. 324 p.
3. Golubchik, A.M. *Transport-forwarding business: creation, formation, management* [Transportno-jekspeditorskij biznes: sozdanie, stanovlenie, upravlenie]. Moscow: TransLit, 2017. 317 p.
4. Izyumova N. Yu., Mukhina I. I., Smirnova A.V. *Intermediaries as system logistic integrators in distribution systems of enterprises* [Posredniki kak sistemnye logisticheskie integratory v raspredelitel'nyh sistemah predpriyatij]. *Transport Business of Russia. Scientific journal*. 2015. No. 6 (121). pp. 126-131.
5. Izumova N. Yu., Smirnov A. V. *Methodological approaches to the process of modernization of the marketing system* [Metodologicheskie podhody k processu modernizacii sbytovoj sistemy]. *Economics and Management: problems, solutions*. 2019. Vol. 8. No. 2. **pp.** 46-52.
6. Mashurov, A. Yu. *Method of analyzing hierarchies for determining the best alternative* [Metod analiza ierarhij dlja opredelenija luchshej al'ternativ]. *Young scientist*. 2019. No. 17 (255). pp. 34-38.
7. Mukhina I. I., Smirnova A.V. *Controlling as a stimulus to the efficiency of business processes* [Kontrolling kak stimul k jeffektivnosti biznes-processov]. *The world of transport*. 2017. Vol. 15. No. 6 (73). pp. 104-118.

8. Mukhina I. I., Smirnova A.V. *Application of the logistics approach to transport system management* [Primenenie logisticheskogo podhoda k upravleniju transportnoj sistemoj]. Actual problems of economic and financial management of transport companies: collection of scientific papers. Moscow, 2016. pp. 111-114.
9. Romanova, O. A. *Optimization of enterprise behavior in modern conditions* [Optimizacija povedenija predpriyatija v sovremennyh uslovijah]. Problems of theory and practice of management. Norm. 2017. No. 7. pp. 28-31.
10. Tikhomirova A. N., Sidorenko E. V. *Modification of the method of analyzing hierarchies by T. Saati for calculating the weights of criteria in the evaluation of innovative projects* [Modifikacija metoda analiza ierarhij T. Saati dlja rascheta vesov kriteriev pri ocenke innovacionnyh proektov]. Modern Problems of science and education. 2012. No.2. pp. 24-27.
11. Markhaichuk, M. (2018) Impact of Online Retail on Economic Development in Russian Regions. In *Innovation Management, Entrepreneurship and Sustainability (IMES 2018)*.pp. 635-644. Vysoká škola ekonomická v Praze.
12. Mikhaylyk, M., Mamaev, E., &Baginova, V. (2019). Empirical markers in the concept of digital logistics of multichannel supply chains. In M., Mikhaylyk, E, Mamaev& V., Baginova, (Eds.). *Proceedings from E3s web of conferences: Topical problems of architecture, civil engineering and environmental economics*. Moscow, Russia: EDP Sciences.
13. Smirnova, A., Izyumova, N. (2016). Modeling and modernization of distribution enterprise. *Proceedings of the international conference «Innovation Management, Entrepreneurship and Corporate Sustainability»(IMES 2016)*. pp 242-254. Vysoká škola ekonomická v Praze.
14. Vrazhinova, M.N., Panteleeva, T.A., Vysotskaya, N.V., Chekadanova, M.V., Reznik, E.A., &Freydina, I.A. (2019). The economic security of companies within the petroleum machine-building sector in a climate of changing market conditions: modeling risks. *International journal of recent technology and engineering*. 8(2). pp. 4425-4429.
15. Zhuckovskaya, I. F., Panshin, I. V., &Markhaichuk, M. M. (2020, December). Digitalization of Labor as a Key Factor in the Development of Logistic Activities in the Conditions of COVID-19. In *Proceedings*

of the International Conference Digital Age: Traditions, Modernity and Innovations (ICDATMI 2020). pp. 284-291. AtlantisPress.

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Изымова Наталья Юрьевна, старший преподаватель кафедры «Коммерции и гостеприимства»

*Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых
ул. Горького, д.87, г. Владимир, 600000, Российская Федерация
izumova_n@mail.ru*

Мухина Инесса Игорьевна, доцент кафедры «Менеджмент», кандидат экономических наук

*Институт мировых цивилизаций
Ленинский проспект, д.1/2, корп. 1, г. Москва, 119049, Российская Федерация
inigtmi@mail.ru*

Смирнова Анна Владимировна, доцент кафедры «Логистика и управление транспортными системами», кандидат экономических наук, доцент

*Российский университет транспорта (МИИТ)
ул. Образцова, 9, стр. 9, г. Москва, 127994, ГСП-4, Российская Федерация
smirnova_a.v@mail.ru*

DATA ABOUT THE AUTHORS

Izumova Natalia Yuryevna, Senior Lecturer of the Department of «Commerce and Hospitality»

*Vladimir State University
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
izumova_n@mail.ru
SPIN-code: 1222-8137
ORCID: 0000-0003-1204-5874*

Mukhina Inessa Igorevna, Associate Professor of the Department
«Management», Candidate of Economic Sciences
Institute of World Civilizations
1/2, bldg. 1, Leninsky Prospekt, Moscow, 119049, Russian Fe-
deration
inigmu@mail.ru
SPIN-code: 7837-6660
ORCID: 0000-0002-8258-5895

Smirnova Anna Vladimirovna, Associate Professor of the Department
«Logistics and Management of Transport Systems», Candidate of
Economic Sciences, Associate Professor
Russian University of Transport
9, p. 9, Obratsova str., Moscow, 127994, GSP-4, Russian Fede-
ration
smirnova_a.v@mail.ru
SPIN-code: 4773-4562
ORCID: 0000-0001-8939-9705

УДК 349

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ И ГАРАНТИЙ НА ДОСТОЙНЫЙ УРОВЕНЬ ЖИЗНИ

Комолова М.В.

В статье анализируются основные аспекты проблем, с которыми сталкиваются граждане в связи с осуществлением права на достойный уровень жизни в рамках текущего законодательства Российской Федерации.

***Ключевые слова:** потребности; материальные блага; услуги; государство; достойная жизнь; льготы; выплаты; социальное обеспечение.*

ON THE ISSUE OF ECONOMIC DEVELOPMENT AND GUARANTEES FOR A DECENT STANDARD OF LIVING

Komolova M.V.

The article analyzes the main aspects of the problems that citizens face in connection with the exercise of the right to a decent standard of living within the framework of the current legislation of the Russian Federation.

***Keywords:** needs; material benefits; services; state; decent life; benefits; payments; social security.*

Достойный уровень жизни, каждый для себя определяет сам, то есть удовлетворения необходимых для человека в разных сферах жизни общества. Разбирая их, мы можем составить, некоторую характеристику потребностей, во-первых, материальные блага это связанное с продуктами питания, одежда, обувь и все, то, что мы покупаем или вкладываем финансы. Во-вторых, общебытовые услуги, то есть коммунальные выплаты, также транспорт, связь и сюда же можно отне-

сти медицинские услуги. В-третьих, это наше развитие, не только в образовательной сфере, а еще и в культурной, так как наше духовное обогащение влияет на уровень жизни и следственно и на нас самих.

Уровень жизни в целом лежит на развитие экономики, природных ресурсов, национальных богатств, денежного обеспечения страны и так далее, что может повлиять и отдавать часть финансов для улучшения условий жизни населения. Следует отметить, что бы данный процесс нес положительный характер, нужно профессионально сконцентрировать нужные элементы и руководить ими, таким образом и существует Президент Российской Федерации и ведомственные и подведомственные организацию помогающие ему в решение поставленных вопросов. Рассматривая причастность государства к социальной помощи, в которой выражается достойный уровень жизни для населения, следует обратить внимание на статьи Конституции, в частности 7 пункт 1, которая говорит, что Россия — это социальное государство, обеспечивающее гражданам достойную жизнь и свободное развитие человека. Также статья 39, выраженная в гарантии «социальное обеспечение по возрасту, в случае болезни, инвалидности, потери кормильца, для воспитания детей и в иных случаях, установленных законом». Хотя мы видим хорошую динамику и структурированную систему социального обеспечения. Однако существует довольно много пробелов и проблем в обеспечении людей тем уровнем жизни, которого, по их мнению, считается достойным.

Из этого следует, отметить основные проблемы в обеспечении достойного уровня жизни для населения. Во-первых, это долговременная процедура получение, каких-либо льгот или денежных выплат, в следствие которых нужно собрать большое количество документов, справок и множество других бумаг. Хотя данную проблему, уже, в частности, решила государство, создав портал государственных услуг Российской Федерации. Во-вторых, высокий уровень безработного и частично нетрудоспособного населения в России, в связи с нежеланием населения работать из-за различных факторов, влияющих на них. Хотя и существуют выплаты по безработице в размере от 1 500 и до 8 000 рублей в течении поимка новой работы, но такой стоимости не

хватит для обеспечения человеку достойной жизни. Из этого выходит третья проблема, как высокая стоимость продуктов питания, одежды, обуви, услуг и других нужд человека. В среднем, как подсчитали ученые, человек тратит примерно 20 000 рублей в месяц, куда входит товары первой необходимости, коммунальные платежи, один поход в кинотеатр или кафе, ипотечные взносы, транспорт, услуги связи и интернет. Следует отметить, что не каждый гражданин Российской Федерации, может получать такую стоимость, так как малооплачиваемой работы преобладающие большинство и у каждого свои мерки по оцениваю достойного уровня жизни. Людям свойственно не до оценивать свою жизнь и блага, которые у них есть, для подтверждения своих слов я обратилась на среднестатистические данные по поводу «считают ли граждане, свой уровень жизни достойным».

Отсюда следует сделать вывод, уровень достойной жизни, определяется человеком самостоятельно, и не несет каких-либо рамок, но обеспечения его занимается государство, так как на него возложены обязательства и ожидания населения. Необходимо подчеркнуть, что в России, только стараются наладить процесс повышения и улучшения достойного уровня жизни, но без взаимопомощи общества к государству, и на оборот, прогресса в данном вопросе мы не увидим.

Таблица 1.

«Считают ли граждане, свой уровень жизни достойным?»

	25-44 Молодой возраст	44-60 Средний возраст	60-75 Пожилой возраст	75-90 Старческий возраст
Да	35 %	39 %	47 %	55 %
Нет	45 %	35 %	35 %	35 %
Затрудняюсь ответить	20 %	26 %	18 %	

Список литературы

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Официальный текст Консти-

- туции РФ с внесенными поправками от 14.03.2020 опубликован на Официальном интернет-портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 04.07.2020.
2. «Всеобщая декларация прав человека» (принята Генеральной Ассамблеей ООН 10.12.1948) // «Российская газета», N 67, 05.04.1995.
 3. Сидоров В.Е. Право социального обеспечения Российской Федерации [Текст]: учебное пособие / В.Е. Сидоров. Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2012. 297 с.

References

1. “Constitution of the Russian Federation” (adopted by popular vote on March 12, 1993 with amendments approved during the nationwide vote on 01.07.2020) // The official text of the Russian Constitution, amended on March 14, 2020, is published on the Official Internet portal of legal information <http://www.pravo.gov.ru>, 04.07.2020.
2. “Universal Declaration of Human Rights” (adopted by the UN General Assembly on 10.12.1948) // “Russian newspaper,” N 67, 05.04.1995.
3. Sidorov, V.E. Social Security Rights of the Russian Federation: Textbook / V.E. Sidorov. MOSCOW: RIOR: INFRA-M, 2012. 297 p.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Комолова Марина Викторовна, старший преподаватель кафедры
Гражданское право и процесс
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени
Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
kotomarina@mail.ru*

DATA ABOUT THE AUTHOR

Komolova Marina Viktorovna, Senior Lecturer in the Department of
Civil Law and Process
*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
kotomarina@mail.ru*

УДК 004.75

КОНЦЕПЦИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ НА ОСНОВЕ БЛОКЧЕЙН

Кручинин И.Н., Хрипунова М.Б.

В данной статье предложена концепция системы голосования на основе базы блокчейн. В данной статье описан механизм работы такой избирательной системы, а также представлены основные элементы – криптографический жетон/токен, компания, специализирующаяся на данной работе и способная воплотить данную идею в реальность. Помимо этого, раскрыто понятие технологии блокчейн, как в общем смысле, так и в более узком – в голосовании. Также в данной работе проведен сравнительный анализ между традиционной, ныне существующей избирательной системой и той, которая может быть внедрена уже в скором будущем.

Ключевые слова: Система блокчейн; смарт-контракты; *Ethereum*; избирательная система; бумажные бюллетени; выборы; голосование; избиратель; избирательные токены и жетоны; криптографическая безопасность.

THE CONCEPT BLOCKCHAIN-BASED VOTING SYSTEM

Kruchinin I.N., Khripunova M.B.

This paper proposes the concept of a blockchain-based voting system. This article describes the mechanism of such a voting system and presents the basic elements – a cryptographic token/token, a company specializing in this work and capable of making this idea a reality. In addition, the notion of blockchain technology, both in the general sense and in the narrower sense of voting, is presented. This paper also provides a comparative analysis between the traditional, current electoral system and one that may be introduced in the near future.

Keywords: *Blockchain-based system; smart-contracts; Ethereum; electoral system; paper ballots; election and voting process; electorate; voting tokens; cryptographic security.*

Одним из главных и фундаментальных основ политической системы «демократии» является право участвовать в принятии решений. По сути, народ правит страной, выбирая цели, стратегии и курс политики на будущие годы. Роль правительства заключается в том, чтобы выполнять волю народа. Голосование является тем самым инструментом, который гарантирует справедливость и равенство прав различных социальных групп и слоев общества в принятии решений.

Большое количество современных стран и по сей день используют классическую систему избирания. Она предполагает использование бумажных бланков. Но данная система является устаревшей и имеет множество недостатков. В данной работе будут рассмотрены основные проблемы классической системы, а также будет предложена новая современная модель голосования.

Как было уже отмечено ранее, большая часть современных стран предпочитает использовать классический метод голосования – через бюллетени. Российская Федерация не является исключением и также доверяет уже проверенному способу принятия общественного решения. Человек, который собирается принять участие в голосовании должен предъявить документ, который будет подтверждать его личность и права голоса, на избирательном участке. Гражданин, прошедший идентификацию личности, получает бланк, заполняет его, выбирает один из предоставленных для выбора пунктов, и далее опускает бланк в общую избирательную урну, где уже находятся сотни таких же бланков, прошедших тот же алгоритм. По истечению времени голосования, бюллетени собирают и перевозят на главный участок, который занимает подсчетом голосов местных жителей, жителей районов и т.д. На центральном участке голоса подсчитываются, результаты отправляются, а далее официально публикуются. Данный процесс, для наглядности можно изобразить схематически на рисунке 1.

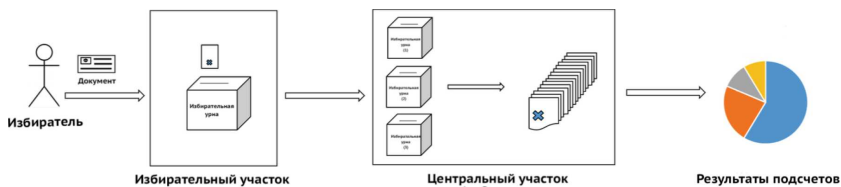


Рис. 1. Избирательный процесс

Как было уже ранее отмечено, данная система имеет как характерные «плюсы», так и минусы. К положительным аспектам данного метода голосования можно отнести секретность, а также удобство голосования для избирателей – знакомый алгоритм действий, который они уже выполняли несколько раз. Что же в данной системе негативного, в чем заключаются её отрицательные стороны?

- **Издержки и расходы.** Избирательная система, основанная на использовании бумажных бюллетеней, характеризуется своей особой дороговизной. Дороговизна данного голосования обуславливается тем, что она включает в себя широкий спектр издержек: печать бумажных бюллетеней; издержки, связанные с защитой и безопасностью данных; транспортировка и логистические операции с бланками, а также оплата труда работающего персонала на избирательных участках. Например, на проведение выборов в Госдуму в 2016 году из федерального бюджета было выделено примерно 15 млрд. рублей. Стоимость голосования по поправкам в Конституцию обошелся бюджету в 14 млрд. рублей. Данные показатели свидетельствуют о том, что на традиционные выборы выделяются огромные суммы из бюджета государства.

- **Добросовестность и качество.** Нынешний метод голосования имеют тесную связь с человеческим фактором. Результаты выборов имеют прямую связь с надежностью и добросовестностью персонала, который принимает участие на всех этапах избирательного процесса – в подготовке, проведении, подсчете голосов и т.д. Если мы говорим о человеческом факторе – то прежде всего он ассоциируется с риском совершения ошибки, с невнимательностью. Также он ассоциируется с оказанием любого, как прямого, так и косвен-

ного влияния, на финальный результат. Но стоит отметить, что в эпоху технологий, человеческий труд занимает не единственное и особое положение – как это было раньше, он может быть с легкостью заменён на современные роботизированные технологии, которые способны выполнять команды и операции автоматически и без вмешательства человека

- **Доступность.** Что касается проблемы доступности и ее неэффективности, то она связана с тем, что расположение избирательных участков может быть препятствием для граждан, проживающих в сельской или отдаленной местности. Помимо этого, проблема доступности охватывает граждан, которые хотят принять участие в голосовании и выборах, но не могут присутствовать физически, например, из-за проблем со здоровьем, из-за инвалидности или же из-за того, что они находятся за границей.

- **Неэффективность.** Неэффективность функционирования внешней системы голосования заключается с трудностью её управления: подготовка системы бумажных бюллетеней на национальном уровне требует огромного количества времени и усилий.

Большая часть из вышеперечисленных проблем требует современного подхода решения. Нет сомнений в том, что система голосования требует изменений и улучшений. Избирательная система на основе базы «Блокчейн» способна решить все вышеперечисленные проблемы.

Как было уже отмечено ранее, существует ряд проблем, который оказывает как прямое, так и косвенное влияние на результат выборов. Точность окончательного результата возможно добиться внедрение современных технологий на базе «блокчейн» с использованием смарт-контрактов. В первую очередь стоит дать определение данной базе. «Блокчейн» – это цепь последовательно расположенных и связанных между собой блоков, который несут какую-то информацию. Доступ к реестру данных предоставляется широкому спектру пользователей [3, 50–51]. Однако характерной особенностью «блокчейн» является то, что хранящиеся в нём данные невозможно изменить или удалить, можно лишь добавить новые. Данная

база может быть применима не только в работе с информацией, но и с криптовалютами [1, 29–30].

Рассмотрим одну из самых распространенных и всемирно известных «блокчейн» платформ – компания Ethereum. Сразу стоит уточнить, что данная компания используется в своих операциях криптовалюту, это важная ремарка. Итак, для выполнения различного вида операций, она использует смарт-контракты, о которых было отмечено выше. Смарт контракты представляют из себя байт-код, который может быть развернут и прочитан в системе «блокчейна». Байт-код же состоит из написанной на языке Solidity кодировки или же, по-другому, программы. Смарт-контракты используются «блокчейн» платформами для того, чтобы добавить уровень бизнес-логистики в предоставляемые операции. Стоит отметить, что для создания современной электронной избирательной системы требуется как раз перечисленные выше элементы – «блокчейн» платформа (предоставляемая Ethereum) и смарт-контракты [2, 35]. Данные элементы являются значимыми в формировании электронного голосования.

Что же касается голосов: как они будут учитываться и как будет определен гражданин, который отдал свой голос на выборах? В первую очередь стоит выяснить как в системе голосованию будут учитываться и идентифицироваться голоса участников. Для этого Ethereum на базе «блокчейн» с помощью смарт-контрактов разрабатывает криптографические токены [7]. Криптографический токен или, как его еще называют, жетон – это единица стоимости, выпущенная на основе базы «Блокчейн». Эти токены выступают в качестве альтернативы криптовалютам и используются для ряда определенных задач. При участии специализированного комитета или организации по голосованию, с участием Ethereum или другой любой компании, работающей с использованием смарт-контрактов на базе «блокчейн», разрабатывают особые жетоны для системы блокчейн-голосования. Стоит отметить роль избирательного комитета – лишь они имеют права выполнять операции с токенами – генерировать, передавать, использовать и удалять.

По сути, криптографический жетон представляет из себя голос. При онлайн голосовании, гражданин, используя разработанную систему блокчейн-голосования, отдает свой голос за один из предоставленный на выбор кандидатов, явлений и т.д. Этот токен разработан именно для голосования, его можно использовать лишь единожды. Помимо этого, стоит отметить, что его невозможно обменять на криптовалюту или осуществить какие-либо операции, кроме как проголосовать с помощью него.

Ранее уже было дано определение таким понятиям как токен и жетон для голосования. Но что же под собой подразумевает криптографический токен? В первую очередь безопасность и конфиденциальность. Криптография – это наука о том, как обеспечить конфиденциальность, целостность данных, аутентификацию и высокий уровень шифрования [6]. В данном случае, криптографические токены – это жетоны с информацией, которые защищены секретным алгоритмом. В наше время для шифрования данных используют чаще не секретный шифр, а криптографический код, который характеризуется большей безопасностью и нулевым риском получения секретной или частной информации [4, 6].

В прошлых частях была предоставлена информация касательного каждого компонента избирательной системы – базы блокчейн, смарт-контрактов от Ethereum, избирательных жетонов, криптографической безопасности и т.д. Но далее следует вопрос – как соединить все отмеченные элементы в единый механизм, в избирательную систему, которая будет функционировать бесперебойно и четко [5, 3]. Для того, чтобы система на базе блокчейн была внедрена в избирательный процесс, она должна превосходить или же, просто на просто, иметь больше положительных аспектов, чем ныне существующая «традиционная» модель. Поэтому одним из ключевых компонентов, наряду с бесперебойностью, высокой защитой и качеством, должна являться простота использования и ясность. На самом деле, данная система лишь кажется трудной, но в реальности она гораздо проще. На основе графической схемы, представленной на рисунке 2, будет рассмотрено как функционирует система голо-

сования на основе базы блокчейн с её основными цепочками, элементами и звеньями.

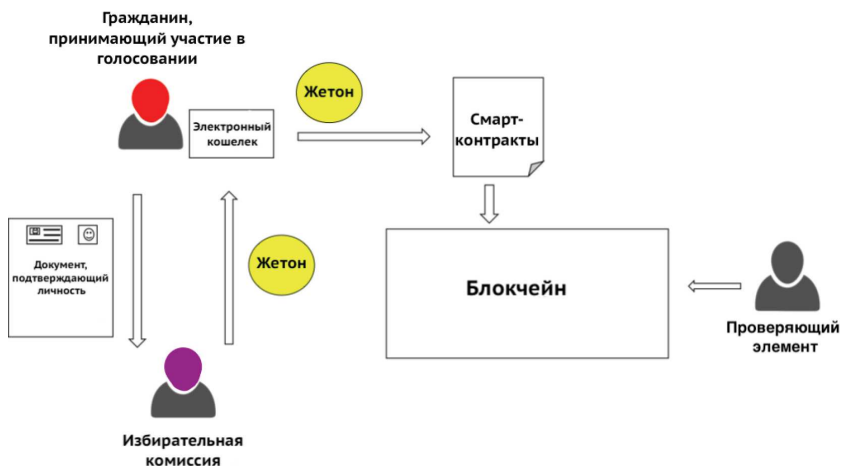


Рис. 2. Система голосования на основе системы блокчейн.

Как уже было отмечено, избирательная комиссия должна разработать специальные токены для голосования, разработать особый алгоритм и программу, которая будет защищена криптографическим кодом от всевозможных вмешательств, а также похищения данных. Данный этап можно назвать подготовительным.

Основной этап вступает в действие в день голосования. Итак, избиратель (гражданин, принимающий участие в голосовании) отправляет свою личную информацию – документ, подтверждающий личность – в избирательную комиссию. Документы граждан тщательно проверяются администраторами. Когда профиль избирателя подтвержден, на специальный индивидуальный электронный кошелек ему отправляется жетон для голосования, о котором было уже отмечено в прошлом пункте. На жетоне уже сгенерирована бюллетень, помимо этого, жетон оснащен системой криптографической безопасности. Итак, когда избиратель получает жетон, он может приступить к заполнению бюллетени, выбрав одного кандидата. Как было отмечено ранее, жетон имеет специальный код, который может быть ис-

пользованным только лишь один раз и только для голосования. По заполнению жетона, гражданин его отправляет проверяющим.

Но не всё так просто – прежде чем дойти до этапа проверки, голос избирателя проходит непростой путь. При участие различных смарт-контрактов он кодируется и только после этого попадает в базу блокчейн. 4 типа смарт-контрактов учувствуют в процессе шифрования данных токена. Стоит помнить, что голосование – это анонимный процесс, поэтому данные на жетоне должны быть изменены. Вместо имя и фамилии избирателя, путем шифрования и кодирование задается определенный адрес. К финальному этапу проверки доходит лишь голос с заданным электронным адресом. Адрес на жетоне нужен лишь для того, чтобы человек, принимающий участие в голосовании, мог отследить статус своего голос – подан ли его голос и подсчитан ли. Для проверяющий адрес жетона не несет никакой смысловой нагрузки, персональные данные не могут быть вычислены из-за высокого уровня безопасности, которые обеспечиваются смарт-контрактами. Тем самым пред заключительный этап – отправка голоса – заключается в кодирование и шифровании токена с информацией о голосе избирателя в код, который представлен адресом. Таким образом, можно с уверенностью подчеркнуть высокий уровень безопасности личных данных избирателя.

Заключительный этап начинается, когда зашифрованный жетон попадает в базу блокчейн. База блокчейн, как уже было выяснено, представляет из себя хранилище данных, в которое ежесекундно добавляется новая информация. Старая же информация продолжает храниться на базе, но её невозможно редактировать. Таким образом, при выборах, на базу блокчейн ежесекундно приходят сотни голосов, с трансформированный адресом. База ежесекундно обновляется и добавляются новые голоса и данные. Проверяющий элемент, это может быть как человек, так и механизм, занимается тем, что постоянно проверяет транзакции и добавляет новые блоки в цепочку блоков на этапе голосования. Чаще всего проверяющий элемент представлен автоматически запрограммированной системой. На схеме он изображен справа.

Если рассматривать основные функции трех участников избирательного процесса на базе блокчейн, то он выглядит следующим образом: избирательная комиссия проверяет личные данные избирателей. После этого отправляет токены. Также избирательная комиссия занимает тем, что следит за избирательным процессом. Избиратели, как мы уже выяснили ранее, отправляют персональные данные на проверку, после чего они получают жетон и с помощью него голосуют. Также избиратели могут следить за движением своего голоса. Проверяющий элемент выполняет функции, связанные с контролем – он контролирует как поток голосов, так и ведет контроль за всем избирательным процессом. Стоит отметить, что именно контролирует, а не следит. Проверяющий элемент осуществляет контроль за движением голосов и их учетов в базе блокчейн [8, с. 240]. Функции участников выборов графически представлены на рисунке 4.

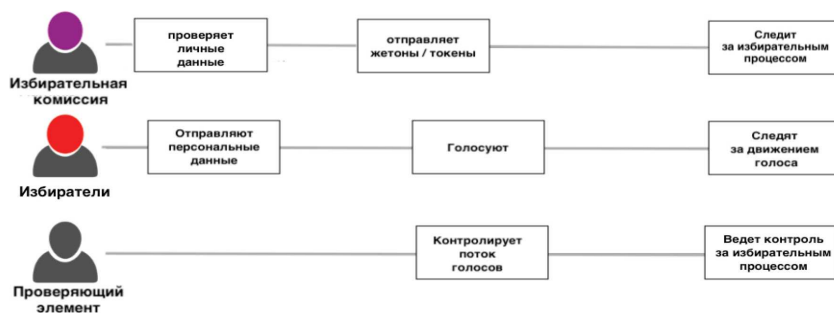


Рис. 4. Функции участников избирательного процесса на базе блокчейн

В данной работе была предложена концепция системы голосования на основе блокчейна. Данная система, по сравнению с традиционной, направлена на повышение прозрачности выборов, конфиденциальности данных избирателей. Благодаря такой системе, каждый желающий избиратель может как приниматься участие в голосовании, так и следить за движением голоса. Система на технологии блокчейн способна обеспечить все аспекты безопасности. Что касается простоты использования, то с помощью рисунков и

схем довольно наглядно и пошагово была представлена инструкция по голосованию.

Тем не менее существует ряд проблем, который должен быть решен для того, чтобы такая система была внедрена на федеральном уровне. Проблема, с которой могут столкнуться граждане при использовании такой системы голосования, связана с функционированием базы блокчейн. До сих пор большая часть населения не до конца понимает её, поэтому потребуется время, чтобы она была принята во внимание. Помимо этого, имеется и ограничение, которое связано с управлением идентификацией вне системы блокчейн – привязка физической и цифровой идентификации избирателя. И наконец, одна из самых актуальных проблем – отсутствие Интернета и / или гаджетов, с помощью которых можно было бы принять участие в выборах и оставить свой голос за одного из кандидатов.

Отсутствие Интернета и электронных приборов, а также неосведомленность в функционировании платформы блокчейн сильно тормозят внедрению современной избирательной модели.

Список литературы

1. Варновский Н.П. 2019. Блокчейн как криптографический примитив. *International Journal of Open Information Technologies*, №12. С. 28–32.
2. Карпычев В.Ю. 2019. Функциональная модель смарт-контракта на платформе Ethereum. *Труды НГТУ им. Р. Е. Алексеева*, №2 (125). С. 34–40.
3. Соколова Т. Н., Волошин И.П., Петрунин И.А. 2019. Преимущества и недостатки технологии блокчейн. *Экономическая безопасность и качество*, №1 (34), С. 49–52.
4. Ben Ayed A. 2017. A conceptual secure blockchain – based electronic voting system. *International Journal of Network Security & Its Applications (IJNSA)* 9, 3, pp. 1–9.
5. Anjan Babau G. and Dr. Padmavathamma M. 2006. Optimally ecient multi authority secret Ballot e-election scheme. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology* 5, 2, pp. 1–4.

6. Trueb Baltic. 2013. Estonian Electronic ID Card Application Specification Pre- requisites to the Smart Card Dierentiation to previous Version of EstEID Card Application. (2013). URL:https://www.id.ee/public/TB-SPEC-EstEID-Chip-App- v3_5- 20140327.pdf
7. EthereumBlog. 2015. On Public and Private Blockchains-Ethereum Blog. (2015). URL:<https://blog.ethereum.org/2015/08/07/on- public- and- private- blockchains/>
8. Jan Camenisch, Rak Chaabouni, Abhi Shelat. 2008. Scient protocols for set membership and range proofs. In Proceedings of the 14th Annual International Conference on the Theory and Application of Cryptology and Information Security. Springer, Melbourne, Australia, pp. 234–252.

References

1. Varnovsky N.P. 2019. Blockchain as a cryptographic primitive. International Journal of Open Information Technologies, No. 12, pp. 28–32.
2. Karpychev V.Yu. 2019 Functional model of a smart contract on the Ethereum platform. Proceedings of NSTU im. R. E. Alekseeva, No. 2 (125), pp. 34–40.
3. Sokolova T.N., Voloshin I.P., Petrunin I.A. 2019. Advantages and Disadvantages of Blockchain Technology. Economic security and quality, No. 1 (34), pp. 49–52.
4. Ben Ayed A. 2017. A conceptual secure blockchain – based electronic voting system. International Journal of Network Security & Its Applications (IJNSA) 9, 3, pp. 1–9.
5. Anjan Babau G. and Dr. Padmavathamma M. 2006. Optimally ecient multi authority secret Ballot e-election scheme. Journal of Theoretical and Applied Information Technology 5, 2, pp. 1–4.
6. Trueb Baltic. 2013. Estonian Electronic ID Card Application Specication Prerequisites to the Smart Card Dierentiation to previous Version of EstEID Card Application. (2013). URL: https://www.id.ee/public/TB-SPEC-EstEID-Chip-App- v3_5-20140327.pdf
7. EthereumBlog. 2015. On Public and Private Blockchains-Ethereum Blog. (2015). URL: <https://blog.ethereum.org/2015/08/07/on- public- and- private- blockchains/>

8. Jan Camenisch, Rak Chaabouni, Abhi Shelat. 2008. Scient protocols for set membership and range proofs. In Proceedings of the 14th Annual International Conference on the Theory and Application of Cryptology and Information Security. Springer, Melbourne, Australia, pp. 234–252.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Кручинин Иван Николаевич, студент факультета международных экономических отношений
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
Ленинградский проспект, 49, г. Москва 125993, Россия
kruchaaaa@gmail.com

Хрипунова Марина Борисовна, научный руководитель, кандидат физ.-мат. Наук, доцент, Департамент математики
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
Ленинградский проспект, 49, г. Москва 125993, Россия
MBKHripunova@fa.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Kruchinin Ivan Nikolaevich, student of the Faculty of International Economic Relations
Financial University under the Government of the Russian Federation
49, Leningradsky Prospekt, Moscow 125993, Russia
kruchaaaa@gmail.com

Khripunova Marina Borisovna, Scientific Supervisor, Candidate of Physical and mathematical sciences Sciences, Associate Professor, Department of Mathematics
Financial University under the Government of the Russian Federation
49, Leningradsky Prospekt, Moscow 125993, Russia
MBKHripunova@fa.ru

УДК 330.342.2

СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТОВАРОВ ПРОМЫШЛЕННОГО ХАРАКТЕРА

Кудряков Р.И.

Данное исследование посвящено формированию стратегического подхода при реализации инновационной продукции промышленного типа. В статье раскрывается теоретико-понятийный аппарат, выделение особенностей разработки стратегии продвижения и рекламной компании, проводится оценка каналов сбыта инновационной продукции с формированием проблем по их реализации, а также разработка рекомендаций по их предотвращению с точки зрения сбыта такой продукции.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации; инновации; промышленный сектор.

STRATEGIES FOR THE PROMOTION OF INNOVATIVE INDUSTRIAL PRODUCTS

Kudryakov R.I.

This research is devoted to the formation of a strategic approach in the implementation of innovative industrial products. The article reveals the theoretical and conceptual apparatus, highlighting the features of developing a promotion strategy and advertising campaign, evaluating sales channels for innovative products with the formation of problems for their implementation, as well as developing recommendations for their prevention from the point of view of selling such products.

Keywords: marketing communications; innovation; industrial sector.

В современном мире, использование товаров и услуг увеличилось до массового уровня потребления. Эта тенденция, связана с ро-

стом населения и увеличением потребностей, которые формируются из-за воздействия модных тенденций и новых трендов. Такие тенденции и их быстрая смена, обязывает организации подстраиваться под них, и выпускать новую продукцию с улучшенными качественными характеристиками. Поэтому, для их выпуска требуются новые технологии и инновации, которые оптимизируют производственные процессы и качественные характеристики продукции.

Однако, инновационная продукция, где используются высокотехнологические разработки, требуют большого количества ресурсов и финансовых активов, тем самым формируя риски, среди которых:

- Сложность в прогнозировании реакции потребителя на продукт, при выходе на рынок;
- Высокие финансовые затраты и ресурсы;
- Высокий уровень конкуренции;
- Слабая обеспеченность высокопрофессиональными кадрами с необходимым набором навыков и квалификации, и др.

На основании всего вышеперечисленного, эти проблемы являются стабильными во многих отраслях производства, тем самым обуславливая актуальность данного исследования. Поэтому, для более детального изучения, возникает необходимость в теоретическом рассмотрении данного вопроса.

Впервые термин инновация, был сформирован ученым экономистом австрийского происхождения Й. Шумпетера в 1911 году и интерпретировал данный термин следующим образом: это новейшая коллаборация производственных активов с высоким уровнем мотивации хозяйственного духа [1, с. 119]. Например, американский ученый экономист П. Друкер, считает инновации, новой разработкой и продуктом, ранее не созданным, и оказывающим положительное влияние на потребителя [2, с. 117–120]. На основе точек зрения ученых, автор формирует свое собственное понятие инновации. Это систематизированный процесс, используемый при разработке технологии или продукта, улучшающий их качественные и функциональные характеристики для получения максимального эффекта от его реализации.

При этом, рассматривая теоретико-понятийный аппарат, автор выделяет понятие инновационного продукта, который интерпретируется следующим образом: это полученный в ходе использования научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок (далее – НИОКР), новых технологий продукт, оптимизированный под запросы потребителей и необходимыми качественными характеристиками. Такой продукт обладает потенциалом к использованию и массовому потреблению, однако, сложность в прогнозировании и высокие риски создают сложности при выходе, как на внутренний, так и на внешний рынок. Исходя из этого, для выхода на рынок, требуется специальный подход, стратегии, которые способствуют минимизации проблемных моментов и обеспечат стабильный выход на него.

Поэтому, автором были выделены следующие стратегии выхода на рынок инновационного продукта:

- Вирусное продвижение: эта стратегия, способствующая максимальному распространению информации о таком продукте, с помощью видеоролика, графического файла (картинки) или звука, который массово передается от пользователя к пользователю, через интернет, социальные сети и другие каналы;
- Партизанское продвижение: она подразумевает собой рекламу через низкобюджетные источники, с целью максимизации осведомленности целевой аудитории, о таком продукте или услуге, с минимальным уровнем затрат;
- Применение элементов бесплатного тестирования за получение обратной связи об использовании такого продукта. Она применяется с целью популяризации новой технологии или продукта, с помощью получения отзывов и формирования лояльности к этой продукции, побуждая их к покупке такого товара или услуги. Она используется в случае сложности при описании рекламы о продукте, и акцентирует их внимание при помощи практического подхода;
- Формирование научной конгломерации: эта стратегия способствует объединению нескольких микрокомпаний иннова-

ционного профиля с целью увеличения производственного и защитного потенциала, от высокого влияния конкурционного фактора на конкретный сегмент и нишу.

- Создание партнерской среды: эта стратегия используется при ситуации, когда выявлены потенциальные выгодоприобретатели от такого продукта, в виде компаний, которые выпускают сопутствующие услуги и продукты, а также ведущие коммуникации с потенциальными покупателями. Применение такой стратегии подразумевает заключение агентских соглашений и комиссий в качестве оплаты таких услуг, а также реферальной системы поощрений таким компаниям.

Указанные выше стратегии, способствуют выход организаций инновационного профиля, на внутренний и внешний рынок. Однако, с целью детализации исследования и формирования практического обоснования, автор проводит анализ использования этих стратегий, с помощью метода интервью и опроса у представителей компаний высокотехнологического профиля, в разных сферах деятельности. В качестве примера был выбран Центральный Федеральный Округ (далее – ЦФО). Всего в опросе приняло 129 компаний, из 18 субъектов ЦФО. Полученный результат, отражен на рисунке 1.



Рис. 1. Использование стратегий продвижения товаров инновационными предприятиями ЦФО за 2020 г.

Исходя из данных полученных, из рисунка 1, видно, что большинство компаний инновационного профиля выбирают стратегию создания партнерской среды (35%), и партизанское продвижение (33%). Это связано с тем, что обоснование к их использованию,

связано с их простотой в применении, и минимальным использованием временных затрат, что обуславливает актуальность и оптимальность в их использовании на текущий момент. Подводя итоги, автор выделяет, что использование данных стратегий повысит уровень рентабельности организаций и их потенциал к выходу инновационного продукта на рынок, формируя уникальное конкурентное преимущество у такой продукции и потенциал к ее использованию.

Список литературы

1. Иншакова А.О. Реализация эффективной конкурентной политики ЕС в сфере инноваций посредством общего интеллектуального права / А.О. Иншакова, Д.В. Кожемякин // Законы России: опыт, анализ, практика. 2013. № 2. С. 19–23.
2. Новиков С.С., Кудряков Р.И. Специфика формирования нормативно-правового регулирования инновационной деятельности в Центральном Федеральном Округе Российской Федерации / Вестник Владимирского юридического института. 2020. № 4 (57). С. 101–106.
3. Кудряков Р.И. Использование стратегических приемов организаций в условиях маркетинговых войн (на примере Владимирской области) / Russian Studies in Law and Politics. 2020. Т. 4. № 2. С. 9–15.

References

1. Inshakova A.O. Realizaciya e`ffektivnoj konkurentnoj politiki ES v sfere innovacij posredstvom obshhego intellektual`nogo prava / A.O. Inshakova, D.V. Kozhemyakin // [Russian laws: experience, analysis, practice]. 2013. № 2. S. 20.
2. Novikov S.S., Kudryakov R.I. Specifika formirovaniya normativno-pravovogo regulirovaniya innovacionnoj deyatel`nosti v Central`nom Federal`nom Okruge Rossijskoj Federacii // [Bulletin of the Vladimir Law Institute]. 2020. № 4 (57). S. 101–106.
3. Kudryakov R.I. Ispol`zovanie strategicheskix priemov organizacij v usloviyax marketingovy`x vojn (na primere Vladimirskoj oblasti) // [Russian Studies in Law and Politics]. 2020. Т. 4. № 2. S. 9–15.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Кудряков Роман Игоревич, старший преподаватель кафедры «международного права и внешнеэкономической деятельности»
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени
А.Г. и Н.Г. Столетовых
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
r.kudryakov-vlsu@bk.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Kudryakov Roman Igorevich, Senior Lecturer, Department of
“International Law and Foreign Economic activity”
Vladimir State University named after A.G. and N.G. Stoletovs
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia
r.kudryakov-vlsu@bk.ru

УДК 347.6

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ РЕЖИМА СОВМЕСТНОЙ СОБСТВЕННОСТИ СУПРУГОВ

Кулакова А.А., Королева В.

В статье анализируются проблемы режима совместной собственности супругов. Регламентируются вопросы разделе имущества супругов, а также положения, касающиеся общих долгов.

Ключевые слова: *совместная собственность; раздел имущества; расторжение брака; долги.*

SOME ISSUES OF THE REGIME OF JOINT SPOUSES' PROPERTY

Kulakova A.A., Koroleva V.

The article analyzes the problems of the regime of joint property of spouses. It regulates the division of property between spouses, as well as provisions concerning common debts.

Keywords: *joint ownership; division of property; divorce; debts.*

Заключение брака влечет за собой множество юридических последствий. В их числе не маловажным является режим совместной собственности супругов. Этот тип семейных отношений регламентирован в статье 34 Семейного Кодекса РФ (далее – СК РФ). В семейных правоотношениях действует принцип равенства супругов (п. 3 ст. 1 СК РФ), что выражается в предполагаемом равенстве долей субъектов в праве общей совместной собственности.

Законодатель установил возможность раздела имущества в том числе и после расторжения брака. Это может производиться двумя путями: принудительно и добровольно. Добровольный раздел имущества супругов происходит по их взаимосоглашению. Они могут

это сделать в любых удобных для них пропорциях, не обязательно отталкиваясь от равенства долей. В принудительном порядке раздел имущества осуществляется в суде. Возможны несколько вариантов раздела имущества супругов. Во-первых, это передача имущества в личную собственность супругов. Ко второму варианту относится раздел в натуре. Третий опирается на определение вида собственности как совместной долевой и установление порядка пользования имуществом и, наконец, четвертый - переход имущества к одному из супругов и получение вторым из них денег, взамен уступленного имущества. Верховный суд РФ (Определение от 7.07.2015 г. № 85-КГ15-6) констатирует, что в законе не определен обязательный способ раздела имущества супругов. Таким образом, последние сами вправе определить удобный им способ раздела имущества. При этом, раздел имущества супругов может осуществляться принудительно, через суд, и без факта расторжения брака. Такой вариант раздела имущества может быть инициирован кредитором одного из супругов с целью обращения взыскания только на долю имущества должника (п. 1 ст. 38 СК РФ).

В России общее имущество супругов составляют доходы и те денежные выплаты, которые не связаны со специальным целевым назначением (п. 2 ст. 34 СК РФ). Нельзя отнести к совместному имуществу супругов имущество, купленное на личные средства супруга, полученное им по безвозмездным сделкам, материнский капитал. Недвижимость, приобретенная с использованием материнского капитала должна разделяться на доли между детьми и родителями.

Отчуждение общего имущества супругов, оформленного только на одного из них, требует обязательного согласия другого. Имущество, нажитое супругами в период брака, является общей совместной собственностью супругов вне зависимости от того, на кого из них оно оформлено (ст.34 СК).

Спорным как в теории, так и на практике является вопрос пассивов супружеского имущества, то есть их долгов. В существующей судебной практике при разрешении дел о разделе супружеского имущества наличествует частое применение п. 2 ст. 45 СК РФ, т.е.

суд обращает взыскание на общее имущество обоих супругов по их общим обязательствам, но тоже правило действует и по долгам одного супруга, если в судебном заседании было установлено то, что средства, полученные по этому обязательству, использованы на нужды семьи.

Итак, если обязанной стороной является только один супруг, то его обязательства могут быть признаны общими в случае, если у него есть подтверждение факта использования полученных средств на общесемейные нужды.

Ряд ученых не считают долги составной частью общей совместной собственности супругов. Они объясняют эту позицию тем положением, что законодатель включает в понятие общего имущества только имущественные права. Такого мнения придерживаются В.А. Рясенцев, М.Г. Масевич и др. Они считают, что понятия «имущество, нажитое супругами» и «имущество, являющееся общей совместной собственностью супругов» уже по лексическому значению не подразумевают долги в своем составе. По их мнению, долги, это то обстоятельство, которое призвано «обременять» имущество, но не включаются в него, не входят в его состав, соответственно, не могут считаться объектом совместной собственности супругов.

Ю.А. Королев, И.М. Кузнецова высказывают мнение, что если совместной собственностью является имущество, нажитое в браке, то долги не входят в «нажитое», «нажитое» не предполагает долги.

Другое мнение высказывает Л.М. Пчелинцева. По ее мнению, в случае если обязательства имеют целью интересы семьи и реализуют эту цель, то не имеет значение кто из супругов является должником. Важным обстоятельством в данной ситуации является направленная на интересы семьи цель действий, в противовес к реализации интересов только конкретных ее членов.

Мы считаем, что к общему имуществу супругов стоит относить и имущество, нажитое супругами во период брака, и их долги, накладывающие взыскание на их общее совместное имущество. Обоснованием нашей позиции является то, что в состав имущества законодатель включает, во-первых, совокупность вещей собствен-

ника, во-вторых, принадлежащие лицу имущественные права, в которые включены и обязательственные права требования (актив имущества), а в-третьих, долги данного лица (пассив имущества). В п. 3 ст. 39 СК РФ говорится, что при разделе общего имущества супругов их общие обязательства распределяются между супругами пропорционально присужденным им долям. Долговые обязательства распространяются на обоих супругов, даже в случаях, если они сделаны только одним из них, но направлены на реализацию общесемейных интересов, и, в таком случае, выплата этих долгов является обязанностью обоих супругов.

Список литературы

1. Богданова Е.Е. Спорные вопросы раздела имущества супругов // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина. 2019. №2 (54).
2. Гольяпина И.Ю., Фауряну К.А., Юсупова А.Х. Проблемы раздела имущества супругов // Эпоха науки. 2017. №12.
3. Захарова С.Н. Раздел общего имущества супругов // Научный журнал. 2019. №10 (44).
4. Качалова Е.Ю. Раздел имущества супругов. Закон и судебная практика // Закон и право. 2020. №1.

References

1. Bogdanova E.E. Disputed issues of division of property of spouses // Bulletin of the University named after O.E. Kutafin. 2019. №2 (54).
2. Golyapina I.Y., Faureanu K.A., Yusupova A.Kh. Problems of division of property of spouses // The age of science. 2017. №12.
3. Zakharova S.N. Division of common property of spouses // Scientific journal. 2019. №10 (44).
4. Kachalova E.Yu. Division of property of spouses. Law and judicial practice // Law and law. 2020. №1.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Кулакова Анна Александровна, к.ю.н., доцент, доцент кафедры
Гражданское право и процесс

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия

annakulakova33@yandex.ru

Королева В., студент

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия

DATA ABOUT THE AUTHORS

Kulakova Anna Aleksandrovna, Candidate of Legal Sciences, Associate Professor at the Department of Civil Law and Process

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation

annakulakova33@yandex.ru

Koroleva V., student

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation

УДК 656

**ОРГАНИЗАЦИЯ
РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ ЛОГИСТИКИ
НА ПРЕДПРИЯТИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Кулинская И.И.

Данная статья посвящена рассмотрению актуальных понятий, сущности и задач организации распределительной логистики на предприятии внешнеэкономической деятельности. Выявлены проблемы организации распределительной логистики на предприятии внешнеэкономической деятельности и предложены пути их решения.

***Ключевые слова:** логистика; распределительная логистика; предприятие внешнеэкономической деятельности; канал распределения.*

**ORGANIZATION
OF DISTRIBUTION LOGISTICS AT THE ENTERPRISE
OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY**

Kulinskaya I.I.

This article is devoted to consideration of current concepts, essence and tasks of organization of distribution logistics at the enterprise of foreign economic activity. Problems of organization of distribution logistics at the enterprise of foreign economic activity have been identified and ways to solve them have been proposed.

***Keywords:** logistics; distribution logistics; enterprise of foreign economic activity; distribution channel.*

На данный момент времени ни для кого не секрет, что экономика Российской Федерации осуществляется по законам рынка. Любое предприятие, которое занимается осуществлением внешнеэконо-

мической деятельности в таких условиях, воплощает в жизнь свою политику и берет полную ответственность за действия, которые осуществляет.

В современном обществе рынок устанавливает бесчеловечные обстоятельства к любому субъекту финансово-хозяйственной деятельности а существующие трудности в экономике России усугубляют расположение и без такого сейчас болезненных положения предприятий внешнеэкономической деятельности, чтобы благополучно реализовывать свою деятельность, предприятиям необходимо более чем просто изготавливать продукцию [2] в больших количествах, перекрывая этим свои планы, располагает большущее свойство этак же реализация данной продукции. Среди безжалостнейшей конкуренции выживет исключительно то предприятия, какое предложит рынку такую стоимость на товар, и такое свойство товара, какое будет предпочтительнее чем у конкурентов.

Стоимость на готовую продукцию может в себя включать не только денежные средства, затраченные на производство, но и затраты на продажу данной продукции, хранение на складе и перевозку. Значительно снижая затраты на по всем выше перечисленным пунктам, будет и снижаться себестоимость производимой продукции, и происходит повышение нашей прибыли.

На распределительную логистику из всей совокупности логистики приходится от 25% до 35%. По исследованиям специалистов, в развитых компаниях сокращение так называемых логистических издержек на 1 % эквивалентно почти 10% увеличения объемов продаж. Это огромные показатели [1]. За них стоит побороться предприятиям. Именно этим и обусловлена актуальность данной темы.

Понятие распределительной логистики складывается из понятия общей логистики. Логистика – это наука о сквозном управление вещественными потоками, которые заключаются в:

- 1) Доставка ресурсов до производства.
- 2) Управлении действиями прохождения потока изнутри продукта.
- 3) Управлении действиями доведения произведенного продукта до покупателя.

Для степени самой компании (микроуровне), логистика принимает решение подобные проблемы равно как:

- 1) Планирование каналов сбыта товаров.
- 2) Организация извлечения, а также обрабатывания заказа.
- 3) Утверждение решения об этом какой станет тип упаковки, какова будет комплектация продукта, но кроме того предприятие исполнение иных действий, предыдущих отгрузке продукта.
- 4) Организация отгрузки продукта.
- 5) Организация доставки, а также контроль транспортировки продукта.
- 6) Организация сервиса уже после продажи продукта.

К задачам распределительной логистики на макроуровне относятся:

- 1) Определение механизма сбыта материального потока.
- 2) Выбор лучшего объема складов на определенной территории.
- 3) Определение наилучшего места нахождения распределительного центра на определенной территории.

Для решение поставленных задач, касающихся управления процессами прохождения материального потока по территориям: районов, областей, стран [2], следует отметить пределы распределительной логистики, в интересах данного следует показать в варианте схемы процедура воспроизводства денежных средств, что содержит во себе 3 периода:



Изучая представленную схему можно прийти к ряду выводов, что материальные потоки становятся объектом распределительной логистики на стадиях распределения и реализации готовой продукции.

Целью логистической системы является – предоставить продукт к точно определенному времени и в определенное место.

Канал распределения – это совокупность организаций или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать

другому право собственности на конкретный товар или услугу на пути от производителя к потребителю.

Главные трудности компании во сфере логистики:

Неправильные мониторинги согласно размерам торговли, недостаток посредников присутствие в вывозе, недостаток гарантийного сервиса посредников при вывозе.

Пути решения этих проблем:

Необходимо найти посредников с возможностями сервисного обслуживания реализуемой продукции при организации деятельности предприятия на международных рынках, так же привлекая посредников повышается оперативность и скорость сбыта товаров, что в свою очередь увеличит прибыль предприятия за счет более ускоренного оборота капитала.

Если посредник находится в близости от покупателя, то он будет более оперативно реагировать на меняющуюся конъюнктуру, это поспособствует более выгодной реализации товара на выгодных условиях для экспортера тем самым освободив его от значительного количества забот, связанных с реализацией товара.

Также привлекая посредников создастся возможность повысить конкурентоспособность товаров за счет снижения сроков поставок и промежуточных складов, улучшенного складирования и хранения товаров, предпродажного сервиса и технического обслуживания, специальной маркировки, до комплектации в стране сбыта изделий в соответствии с нужными требованиями.

Список литературы

1. Сабден О., Раимбеков Ж. Логистика – важный компонент экономики // Экономика: стратегия и практика. 2009. № 2– 3 (11). С. 6–14.
2. Солдатова Е.П. Распределительная (сбытовая) логистика // Наука сегодня: теоретические и практические аспекты. – 2015. – 31 мая.

References

1. Sabden O., Raimbekov J. Logistics is an important component of economics//Economics: strategy and practice. 2009. № 2– 3 (11). Page 6–14.

2. Soldatova E.P. Distributive (sales) logistics//Science today: theoretical and practical aspects. 2015. May 31.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Кулинская Инна Ильинична, старший преподаватель, кафедра
Государственное право и управление таможенной деятель-
ностью

*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия

Kulinskaya-inna@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Kulinskaya Inna Ilinichna, Senior lecturer, Department of State law
and management of customs activities

*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*

87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation

Kulinskaya-inna@mail.ru

ORCID: 0000-0002-5743-932X

УДК 658

УПРАВЛЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ-УЧАСТНИКОВ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Кулинская И.И.

Данная статья посвящена исследованию и классификации логистических затрат на предприятиях занимающимся внешнеэкономической деятельностью. Сформулированы проблемы в данной области. Разработаны методы по минимизации логистических затрат.

***Ключевые слова:** логистика; логистические затраты; управление; предприятие участник внешнеэкономической деятельности.*

LOGISTICS COST MANAGEMENT ENTERPRISES PARTICIPATING IN FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

Kulinskaya I.I.

This article is devoted to the study and classification of logistics costs at the enterprise engaged in foreign economic activities. Problems in this area are formulated. Methods have been developed to minimize logistics costs.

***Keywords:** logistics; logistics costs; management; enterprise participant in foreign economic activity.*

В настоящее время финансовое и экономическое состояние многих компаний Российской Федерации считается неблагоприятным.

Недостаточная нагрузка и амортизация основных средств, а также невысокая эффективность работы обусловлены вопросом: низкой отдачей в управлении материальными потоками, но кроме того экономическими, информативными и иными потоками, имеющимися в границах, а также и за границами фирм.

Эффективность мероприятий по управлению потоками, которые фиксируют объем логистических издержек, в таком смысле нужно обратиться к глубокому исследованию их содержания, методов развития, а также сферы перемен, для того чтобы уменьшить его объем.

Затраты на логистику, это затраты, которые связаны с осуществлением логистических операций, но и кроме того затраты персонала, относительные основные средства, оборудование, здания, поступающие ресурсы, организации, предоставляющие информацию о заказах, которые хранятся, запасах, передаче поставок.

Данный вопрос имеет отношение к развитию результативного механизма управления логистическими затратами. Система оценивания управления логистическими затратами должна быть вспомогательной, для того чтобы обеспечить наилучшую цену логистических затрат на предприятии внешнеэкономической деятельности, сведений в обстоятельствах наиболее специализированного производства.

Согласно анализам зарубежных экспертов применение логистики, не только гарантирует снижение объема запасов в 50–80% [2], период доставки продуктов в 20–40%, единое повышение периода исполнения изготовление заказа предприятием в 50–70%, однако также дает вспомогательный рост доходов. При сокращении товарных резервов в 9%, доход возрастает в 18%, в связи с этими данными снижается необходимость в производственных, а также и в складских помещениях в 40–60%.

На увеличения основе статистики обработку логистических затрат Логистические предприятия, если учет принять затраты готовой на логистику Логистические за 100%, тогда обработку удельный вес закупка некоторых составляющих критериям будет следующим задачи образом:

- перевозки на магистральном транспорте – 27–39%;
- склад, в соответствии с операциями перегрузки и хранения товаров – 24–45%;
- расходы на упаковку до 14–24%;
- управленческие затраты – 4–16%;
- другие (если заказы обрабатываются) – 3–15%.

Процесс управления логистическими издержками должен основываться на определенных принципах, которые содержат определенные требования:

- разделение логистических затрат по сферам деятельности компании;
- полный учет контроля над фактическими затратами;
- учет затрат в пространстве и времени;

- надежность работы информационной базы [2].

Логистика обладает интенсивным пониманием объединяющих возможностей, позволяющих совместить, а также и усовершенствовать связь среди многофункциональных сфер [1]. Воздействие некоторых условий на применение сфер многофункционального взаимодействия расширяется в целую логистическую концепцию. В следствии данного, получая разрешение в логистика рамках одной сферами многофункциональной сфере, немаловажно никак не действия преступить темп распределение деятельность с иными расходами многофункциональных сферах также абсолютно всем никак не повысить, организовав сопряженные к данным преступят логистические затраты. Анализ концепции управления логистикой обязан гарантировать возможности с целью преодоления противодействия фирмы компании сфере результативной концепции контроля из-за правления логистических затрат.

Активные методы по эффективному контролю логистических затрат:

- логистика должна сосредоточиться на усилиях по контролю затрат в точках их возникновения;
- эффективное сокращение логистических затрат должно производиться за счет ликвидации определенных видов деятельности;
- эффективность контроля над логистическими затрата требует, анализа деятельности компании в целом;
- чтобы оценить эффективность контроля, необходимо представить результаты деятельности во всех функциональных областях.

Управление логистическими затратами для повышения конкурентоспособности компании подразумевает следующие преимущества:

- производство конкурентоспособной продукции за счет снижения затрат и цены;
- наличие качественной и реальной информации по логистическим затратам в разных видах продукции;
- получение достоверной информации для принятия управленческих решений [2].

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что увеличение разновидностей направлений роста оптимизации единых расходов по исследованию с увеличением роста общих доходов, происходит

подъём логистических затрат себестоимости продукции, стремительный подъем цены энергоносителей, увеличение конкурентоспособности предприятия внешнеэкономической деятельности.

Список литературы

1. Борисова В.В. Конфигурирование логистических потоков // Стратегии развития инструментов коммерции. СПб.: Изд-во СПбГЭУФ, 2015. С. 34–56.
2. Шаповал С.С. Управление логистическими затратами на предприятии // Труды Одесского политехнического ун-та. 2015. № 1. С. 285-287.

References

1. Borisova V.V. Configuration of Logistics Flows//Strategies for the Development of Commerce Tools. St. Petersburg: SPbGEUF Publishing House, 2015, pp. 34–56.
2. Shapoval S.S. Management of logistics costs at the enterprise//Works of Odessa Polytechnic University. 2015. № 1, pp. 285–287.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Кулинская Инна Ильинична, старший преподаватель, кафедра Государственное право и управление таможенной деятельностью
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
Kulinskaya-inna@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Kulinskaya Inna Ilinichna, Senior lecturer, Department of State law and management of customs activities
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
Kulinskaya-inna@mail.ru
ORCID: 0000-0002-5743-932X

УДК 332.02

**СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ,
ИСПОЛЬЗУЮЩИЕСЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ МАЛОГО
И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В РЕГИОНАХ РОССИИ**

Ловкова Е.С., Мишачева Е.С.

Статья посвящена обзору методов управления, используемых в организациях малого и среднего предпринимательства регионального уровня. Выявлены наиболее известных на сегодняшний день инструменты менеджмента и наиболее простые в использовании для руководителей. Определены основные причины отсутствия современных методов управления в организациях и предложены рекомендации по обновлению инструментов менеджмента для региональных компаний.

Ключевые слова: *методы управления; управление по целям; система PATTERN; метод PERT; диаграмма Ганта; Канбан; Скрам.*

**MODERN MANAGEMENT METHODS
USED BY SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES
IN THE REGIONS OF RUSSIA**

Lovkova E.S., Mishacheva E.S.

The article is devoted to the review of management methods used in organizations of small and medium-sized businesses at the regional level. The most well-known management tools and the most easy-to-use ones for managers have been identified. The main reasons for the lack of modern management methods in organizations are identified and recommendations for updating management tools for regional companies are provided.

Keywords: *management methods; goal management; PATTERN system; PERT method; Gantt chart; Kanban; Scrum.*

В настоящее время, как перед высшим руководством, так и перед рядовыми управленцами стоит вопрос о том, какие методы управления использовать в своей работе, чтобы добиться наиболее высоких результатов деятельности и при этом сохранить благоприятный климат в коллективе.

На сегодняшний момент существует множество самых разнообразных инструментов менеджмента. Некоторые из них призваны для оптимизации работ, некоторые – для координации времени, некоторые направлены на приведение алгоритма работы в отлаженную систему в целом и т.п.

К числу наиболее известных инструментов менеджмента, применяемых в организациях, относятся:

- Управление по целям как инструмент менеджмента предполагает определение целей, которые ставит организация перед собой, включая как ключевые цели, так и текущие цели структурных подразделений и т.п. По прошествии этапа формирования целей организация должна структурировать цели в «дерево целей», чтобы наиболее чётко прослеживалась их связь, осуществляется контроль за исполнением и получением результатов, по поставленным целям, а также стимулирование сотрудников. [1]
- Система PATTERN имеет сложный характер, поскольку сочетает в себе использование нескольких инструментов и методов в совокупности. Во – первых, подразумевает выстраивание определённого «сценария» - характеристики того, какое положение вещей на данный момент и анализ того, как всё будет развиваться. Во – вторых, необходимо построение уже ранее упомянутого инструмента менеджмента – «дерева целей», где для каждой цели определённым образом рассчитывается коэффициент важности или значимости
- Метод PERT является определением предполагаемого времени, которое необходимо для выполнения работы, процесса, проекта и т.п.
- Диаграмма Ганта – это наиболее простой и удобный способ для визуального представления времени, выделенного на выпол-

нение той или иной работы. В данной диаграмме в заголовках строк указываются процессы, которые необходимо выполнить, в заголовках столбцов – календарные даты, а ячейки окрашиваются соответственно утверждённым временным срокам.

- Канбан – это инструмент менеджмента, который позволяет держать под контролем проекты, подразумевающие выполнение нескольких работ, иногда параллельно. Физическое воплощение этот инструмент имеет в виде доски или таблицы, где столбцы имеют название «Надо сделать», «В процессе выполнения», «Сделано» (могут быть добавлены другие столбцы), в ячейках чаще всего на специальных стикерах отмечается имя сотрудника и непосредственно работа, которую он выполняет.
- Скрам является инструментом менеджмента, который помогает организовывать работу. Его сущность заключается в постоянном мониторинге настоящего положения вещей. Выполнение этого возможно посредством закрепления за каждым сотрудником определённых задач, проведения ежедневных совещаний, продолжительностью не более 15 минут, регулярных еженедельных/ежемесячных презентаций достигнутых результатов по установленным задачам, после которых сотрудники проводят совместную «ретроспективу» – делают вывод, что сделано хорошо, что нужно исправить, как можно оптимизировать свою работу и т.д. Далее все этапы повторяются.

В организациях регионального уровня наиболее частым инструментом менеджмента, наряду со всеми организациями, являются совещания или собрания. Данный инструмент позволяет управленцам контролировать текущую и в определённой мере планировать будущую работу компании. Можно заметить, что пандемия коронавируса лишь несколько видоизменила подобный вид встречи, перенесла его в электронный вид и Интернет-пространство.

Основными причинами не использования или не готовности использования современных методов управления в организации у руководителей регионального уровня являются:

- проблемы с управлением из-за недостатка опыта и необходимых знаний у руководства фирмы;
- низкая доступность квалифицированного персонала;
- низкий уровень самоорганизации в фирме;
- кризисное, нестабильное состояние на рынке;
- высокая степень конкуренции;
- слабое развитие инфраструктуры.

На сегодняшний момент существуют специальные сервисы, в которых представлен широкий спектр разнообразных инструментов менеджмента, применяемых в организациях и удобных для ведения проектов, в частности. К таким сервисам можно отнести «Битрикс24».

«Битрикс24» – один из наиболее известных российских подобных сервисов. Примечательно, что им пользуются не только российские компании, но и зарубежные компании, например, стран Индии, Польши, Бразилии. В функционале сервиса есть как рекомендуемые выше инструменты, так и многие другие, такие как: календарь, учёт рабочего времени, CRM, сквозная аналитика и т.д. Сервис имеет не только ПК-версию, но и мобильное приложение. К тому же в «Битрикс24» есть возможность проводить групповые видеоконференции.

«Битрикс24», конечно, не единственный такой сервис. К сервисам со схожим функционалом можно отнести: Asana, Microsoft Project, Proofhub и т.д. При этом нужно понимать, что сервисы не идентичные, они имеют разный интерфейс, различаются удобством и уровнем возможности их интуитивного использования. Также следует обозначить, что данные сервисы платны в своём использовании, но у них может быть бесплатный пробный период и т.п.

Таким образом, на сегодняшний момент региональные компании по большей части не уделяют особого внимания используемым инструментам менеджмента, они пользуются привычными себе инструментами, не проявляя интереса к «новинкам» в этой области. Тем не менее, подобный подход теряет свою популярность, компании, в том числе и в регионах, начинают обращать больше внимания на менеджмент.

Следовательно, уже вскоре перед региональными организациями может возникнуть вопрос об обновлении применяемых инструментов менеджмента. Грамотно проведенная модернизация инструментов менеджмента может значительно повлиять на результаты деятельности организации, повысить эффективность сотрудников и т.д.

Список литературы

1. Ерлыгина Е.Г., Васильева А.Д., Поликарпова А.С. Особенности управления проектами в кризис // Наука Красноярья. 2020. Т. 9. № 1-4. С. 96–102.
2. Колодезникова И.В. Опыт применения бенчмаркинга в российских компаниях. // Маркетинг и логистика. 2017. № 5(13). С. 38–46.
3. Ловкова Е.С., Абрамова Ю.В. Рейтинг регионов по уровню развития малого предпринимательства // Бюллетень науки и практики, 2019. Т.5 №5. С. 314–323.
4. Ловкова Е.С., Корнев А.В. Государственная поддержка малого предпринимательства и выявление проблем развития // Бюллетень науки и практики, 2019. Т.5 №5. С. 324–330.

References

1. Erlygina E.G., Vasilyeva A.D., Polikarpova A.S. Features of project management in the crisis. 2020. Vol. 9. No. 1-4, pp. 96–102.
2. Kolodeznikova I.V. Experience of benchmarking application in Russian companies. // Marketing and logistics. 2017. № 5(13). S. 38–46.
3. Lovkova E.S., Abramova Yu. a Ranking of regions by the level of development of small business // Bulletin of science and practice, 2019. Vol. 5, No. 5, pp. 314–323.
4. Lovkova E.S., Kornev A.V. State support of small business and the identification of problems of development // Bulletin of science and practice, 2019. Vol. 5, No. 5, pp. 324–330.

ДАнные об авторах

Ловкова Елена Сергеевна, к.э.н., доцент, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия

nikishinaes@yandex.ru

Мишачева Евгения Сергеевна, магистрант

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия

Mishacheva.ru@yandex.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Lovkova Elena Sergeevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Marketing

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation

nikishinaes@yandex.ru

Mishacheva Evgeniya Sergeevna, Master's student

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation

Mishacheva.ru@yandex.ru

УДК 339.924

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ СВЯЗИ ЗЕМЕЛЬ ФЕДЕРАТИВНОЙ РЕСПУБЛИКИ ГЕРМАНИИ

Манукян Г.А.

Статья посвящена анализу внешнеэкономических связей земель Федеративной Республики Германии. Исследованы основные направления деятельности земель во внешнеэкономической деятельности.

Ключевые слова: внешнеэкономические связи; земли ФРГ; торговля; торговые представительства; инвестиции.

FOREIGN ECONOMIC RELATIONS OF THE FEDERAL REPUBLIC OF GERMANY

Manukyan G.A.

The article is devoted to the analysis of foreign economic relations of the Federal Republic of Germany. The main directions of land activity in foreign economic activity are investigated.

Keywords: foreign economic relations; German lands; trade; trade representations; investments.

На сегодняшний день Свободная земля Бавария (далее – Бавария) показывает высокий уровень по развитию международных и внешнеэкономических связей. Бавария тесно связана с мировой экономикой, как и любая другая экономика.

По статистике Министерства экономики Бавария с 1994 по 2008 год баварская экономика установила экспортные рекорды на 15 лет. После резкого спада в 2009 году из-за глобального экономического кризиса 2010 года, экспорт вновь увеличился и достиг в 2017 году и 2018 году рекордных результатов около 190 млрд евро. В 2018 году в Баварию было импортировано товаров на сумму более 185 миллиардов евро [1].

Министерство экономики помогает баварским компаниям укреплять и расширять свою международную конкурентоспособность. Продвижение баварской внешней торговли также направлено на укрепление позиции Баварии как привлекательного и надежного партнера для мировой экономики. Так министерством предлагается помощь по следующим востребованным направлениям внешней торговли:

- сохранять и увеличивать доли рынка в странах, в которых они уже имеют сильное экономическое присутствие, таких как в ЕС и США;
- открывать новые развивающиеся рынки, особенно в странах БРИКС, в Восточной Европе, в других странах Азии, на Ближнем и Среднем Востоке и в Африке.

Бавария с ее 13,1 миллионами жителей является динамично развивающимся местом для ведения бизнеса в самом сердце Европы. С точки зрения экономических показателей и качества жизни Бавария входит в первую группу немецких земель. Стабильный бюджет Баварии является результатом высококонкурентной экономики, высокой инновационной силы, энергичных сотрудников, благоприятного для предпринимателей климата и последовательной политики правительства земли в отношении местоположения. При темпах роста реального валового внутреннего продукта с 2000 по 2019 год на уровне 39,1 процента Бавария занимает первое место в сравнении стран и является двигателем роста в Германии [2].

В 2020 году министерство экономики Баварии выделило более 182 миллионов евро на региональное финансирование, из которых 4,8 миллиона евро поступили из Европейского фонда регионального развития. Это инициировало общие инвестиции почти в 1,2 миллиарда евро в 553 проекта. В Баварии было создано почти 1900 новых рабочих мест и 11 500 существующих рабочих мест. Более 85 процентов регионального финансирования направляется в сельские районы, которые в экономическом отношении постоянно догоняют [3].

В дополнение к региональному финансированию министерство экономики Баварии также использует другие инструменты финансирования для обеспечения эффективного стимулирования развития сельских районов, например, программу кредитования малого и

среднего предпринимательства. Своими проектами инвестиционное агентство Баварии Invest in Bavaria также способствует экономическому развитию и созданию рабочих мест в сельской местности.

Приблизительно четверть немецких компаний расположены в Баварии, более 20% всех мировых лидеров рынка – из Баварии. Среди которых, такие глобальные игроки, такие как Adidas, Audi, BMW, Airbus, MAN и Siemens. Сегодня из 6300 предприятий компаний с немецким участием на территории Российской Федерации одна треть приходится на баварские фирмы.

Особым направлением в развитие внешнеэкономических связей с зарубежными партнерами является открытие торговых представительств. Благодаря торговым представительствам баварские представители доступны для баварских компаний в качестве немецкоязычных контактов на месте, устанавливают контакты и поддерживают их в открытии новых экспортных рынков или в создании и расширении структур продаж за рубежом. К примеру, Бавария в Чешской республике продолжает укреплять отношения между Баварией с чешским правительством, гражданским обществом и экономикой – через совместные проекты и мероприятия и в качестве площадки выбирая Баварию. В целом Бавария к 2020 году открыла порядка более 25 торговых представительств за рубежом [4].

Таким образом, Бавария показывает одни из самых высоких показателей развития международных связей не только в ФРГ, но в Европейском Союзе.

Список литературы

1. Продвижение внешней торговли Свободной земли Баварии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.stmwi.bayern.de/international/aussenwirtschaftsfoerderung/> (дата обращения: 14.02.2021)
2. Данные и факты по Баварии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.stmwi.bayern.de/wirtschaft-standort/daten-fakten/> (дата обращения: 18.02.2021).
3. Региональная экономика Баварии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.stmwi.bayern.de/wirtschaft-standort/regionale-wirtschaft/> (дата обращения: 18.02.2021).

4. Зарубежные представительства Баварии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bavariaworldwide.de/> (дата обращения: 18.02.2021).

References

1. Prodvizhenie vneshnej trgovli Svobodnoj zemli Bavarii [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://www.stmwi.bayern.de/international/aussenwirtschaftsfoerderung/> (data obrashcheniya: 14.02.2021).
2. Dannye i fakty po Bavarii [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://www.stmwi.bayern.de/wirtschaft-standort/daten-fakten/> (data obrashcheniya: 18.02.2021).
3. Regional'naya ekonomika Bavarii [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://www.stmwi.bayern.de/wirtschaft-standort/regionale-wirtschaft/> (data obrashcheniya: 18.02.2021).
4. Zarubezhnye predstavitel'stva Bavarii [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://www.bavariaworldwide.de/> (data obrashcheniya: 18.02.2021).

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Манукян Гор Араратович, старший преподаватель кафедры Международное право и внешнеэкономическая деятельность
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
gor_manukyan91@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Manukyan Gor Araratovich, senior lecturer of the Department of International law and foreign economic activity
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
gor_manukyan91@mail.ru

УДК 332.1

ТАМОЖЕННЫЕ ОРГАНЫ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Мешков Д.Н., Кузьмичева А.В.

В статье рассматриваются основные функции, выполняемые таможенными органами РФ в сфере обеспечения экономической безопасности страны, отражающие не только правовой, но и экономический характер воздействия данных государственных органов. Следует отметить, что от наиболее приемлемого сочетания экономических и административных методов регулирования, зависит общая результативность деятельности таможенных органов, в том числе касаясь вопроса обеспечения экономической безопасности.

Ключевые слова: экономическая безопасность; фискальная политика; методы регулирования; таможенная граница ЕАЭС; таможенные органы РФ.

CUSTOMS AUTHORITIES IN THE SECURITY SYSTEM ECONOMIC SECURITY OF THE RUSSIAN FEDERATION

Meshkov D.N., Kuzmicheva A.W.

The article considers the main functions performed by the customs authorities of the Russian Federation in the field of ensuring the economic security of the country, reflecting not only the legal, but also the economic nature of the impact of these state bodies. It should be noted that the most appropriate combination of economic and administrative methods of regulation depends on the overall effectiveness of ensuring economic security.

Keywords: economic security; fiscal policy; regulatory methods; customs border of the EAEU; customs authorities of the Russian Federation.

Введение

Таможенные органы РФ не могут оставаться неподверженными влиянию мировых экономических явлений, что вне всяких сомнений отражено в целях, задачах и ключевой стратегии деятельности таможенных органов.

Это может быть выражено как в корректировке таможенной политики России по отношению к каким-либо странам, так и во внутренних преобразованиях, кадровых перестановках и так далее.

В связи с этим, вопросы об обеспечении экономической безопасности страны, а также о том, какие именно органы и каким именно образом реализуют данное обеспечение, остаются актуальными.

Цель работы: заключается в отражении сущности деятельности таможенных органов в вопросе обеспечения экономической безопасности.

Материалы исследования

Стратегия экономической безопасности РФ, разработанная на перспективу до 2030 года, определяет рассматриваемое нами явление (экономическая безопасность) как состояние защищенности национальной экономики от внешних и внутренних угроз, при котором обеспечивается экономический суверенитет страны, ее единое экономическое пространство, а также условия для осуществления стратегических проектов, имеющих приоритет для России[1].

В число задач Федеральной таможенной службы (ФТС) России входит также и обеспечение экономической безопасности, что пересекается с другой ее, пожалуй, наиболее важной фискальной функцией.

Иными словами, от пополнения федерального бюджета непосредственно зависит и экономическая безопасность страны, ведь его состояние напрямую отражает состояние национальной экономики.

Однако следует остановиться более подробно на конкретных механизмах реализации данной функции.

Данные механизмы можно условно разделить на две группы.

К первой следует отнести административные методы осуществления экономической безопасности.

Сюда включены средства правового регулирования, а также деятельность правоохранительных органов, то есть, данная группа методов носит исключительно императивный характер и применяется на основании наличия властных полномочий у государственных (в данном случае – таможенных) органов.

В качестве примера можно выделить применение квот, ограничений, лицензирование, эмбарго, конфискацию перевозимых товаров, и так далее [3].

Ко второй группе можно отнести экономические механизмы, влияющие только на торговые отношения между контрагентами из разных стран.

Данная группа методов не носит запретительный характер во внешнеэкономических отношениях тех или иных партнеров, однако позволяет значительно усложнить чисто экономически их операции, что в конечном счете может привести к нерентабельности таких операций ввиду неоправданно высоких издержек.

Ставки таможенных пошлин включаются по итогу в конечную цену товара, реализуемого на рынке, соответственно, таможенные органы принимают непосредственное участие в ценообразовании на национальном рынке, а значит могут оказывать влияние на продвижение, либо на ограничение торговой реализации каких-либо групп товаров[2].

То есть, в отношении товаров, которые могут нести потенциальную угрозу экономической безопасности страны, таможенные органы, по мере анализа текущей ситуации на национальном и мировом рынках, применяют как административные [3] (связанные с прямым властным запрещением или ограничением), так и экономические (установление максимально возможных пошлин, корректировка таможенной стоимости не в пользу декларанта и так далее) методы воздействия.

Заключение

Таким образом, таможенные органы принимают самое непосредственное участие в обеспечении экономической безопасности страны, применяя для этого самые разнообразные меры, а также

комбинируя их исходя из текущего положения и состояния на мировых рынках товаров и услуг, и из выстроенной и утвержденной стратегии деятельности [4].

Информация о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Информация о спонсорстве. Исследование выполнено без участия спонсоров.

Список литературы

1. Электронный ресурс / официальный сайт Федеральной Таможенной Службы // URL:<http://customs.ru/> / (дата обращения 13.02.2021 г.).
2. Пилипчук В.В., Плоткина Н.П. Роль таможенных органов в обеспечении экономической безопасности страны // Таможенная политика России на Дальнем Востоке. 2020. № 2(91). С. 48–59. (дата обращения 13.02.2021 г.).
3. Калинина О.В. Роль таможенных органов в обеспечении экономической безопасности России // Ученые записки Тамбовского отделения РoСМУ. 2016. №5. (дата обращения: 12.02.2021).
4. Щека А.А. Экономическая безопасность как фактор обеспечения защиты государства в условиях внешнего санкционирования, Наука Красноярья. 2019. Т. 8. № 2-3. С. 96–100.

References

1. Electronic resource / official website of the Federal Customs Service // URL: <http://customs.ru/> // (accessed 13.02.2021).
2. Pilipchuk V.V., Plotkina N.P. The role of customs authorities in ensuring the economic security of the country // Customs policy of Russia in the Far East. 2020. No. 2 (91). pp. 48-59. (accessed 13.02.2021).
3. Kalinina O.V. The role of customs authorities in ensuring the economic security of Russia. 2016. No. 5. (dateaccessed: 12.02.2021).
4. Shcheka A.A. Economic security as a factor of ensuring the protection of the state in the conditions of external authorization, Science of Krasnoyarsk. 2019. Vol. 8. No. 2-3. S. 96–100.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Мешков Денис Николаевич, доцент, кандидат юридических наук
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
e-mail: meshkov33@mail.ru

Кузьмичева Арина Витальевна, студент
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
basketteam@icloud.com

DATA ABOUT THE AUTHORS

Meshkov Denis Nikolaevich, assistant professor, Candidate of Jurid-
ical Sciences
*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
meshkov33@mail.ru
ORCID: 0000-0002-1475-2241

Kuzmicheva Arina Witalevna, student
*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
basketteam@icloud.com
ORCID:0000-0002-0148-900X

УДК 338

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ
ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ И ЕЕ РЕГИОНОВ
(НА ПРИМЕРЕ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Муравьева Н.В.

В статье рассматривается современное состояние, основные направления, проблемы и перспективы развития туристской отрасли России и ее регионов.

Ключевые слова: туризм; туристская отрасль.

**THE CURRENT STATE
OF THE TOURISM INDUSTRY IN RUSSIA AND ITS REGIONS
(ON THE EXAMPLE OF THE VLADIMIR REGION)**

Muravyeva N.V.

The article considers the current state, main directions, problems and prospects of development of the tourism industry in Russia and its regions.

Keywords: tourism; tourism industry.

Во многих странах и регионах, богатых природно-климатическими ландшафтами, туристская отрасль стала важной частью национальной экономики. Изменения условий работы, отношения к жизни и времяпрепровождению сделали потребности в рекреации, отдыхе и развлечениях для многих людей насущными, что трансформировало туризм из индивидуального увлечения в массовое и привело к расцвету этой отрасли.

Туристская отрасль стала стимулом для развития многих взаимосвязанных сфер и бизнесов, обслуживающих туристов: транспортно-гостиничного и ресторанного бизнеса, индустрии развле-

чений, жилищно-коммунальной сферы, дорожного строительства, информационной службы, финансового сектора и др.

Совокупный вклад сферы туризма и путешествий в мировой ВВП в 2019 г. достиг 10,3% (с учетом косвенных эффектов). В этой сфере в 2019 г. было занято около 330 млн. работников, или 10,4% всех занятых. Число международных туристических поездок по всему миру достигло 1,5 млрд.[7].

В России в 2019 г. доля туризма в экспорте товаров и услуг составила 4%. Число размещенных лиц за период с 2010 по 2019 гг. в стране выросло почти в 2 раза с 34.7 млн. чел. до 76 млн. чел. Число ночевок увеличилось в 1,7 раза – со 163 млн. до 283, 2 млн.[1].

Российское туристическое направление в 2019 году впервые вошло в пятерку лидирующих дестинаций, продаваемых российскими туроператорами. Общий турпоток по стране составил более 6 миллионов человек. ТОП экскурсионных направлений составили: Санкт Петербург, Москва, Казань, Золотое Кольцо. Большой популярностью у россиян в 2019 г. пользовались малые города России.

Что касается выездного туризма, то больше 80% российских туристов для отдыха выбирали пляжные направления. Рекордсменом по приему россиян в 2019 г. как всегда стала Турция: в январе–октябре 2019 г. ее посетили около 6,7 млн. человек, что на 16,9% больше, чем в 2018 г. [1].

Среди стран СНГ по выезду лидировала Белоруссия; неожиданно популярным стал Узбекистан. Однако пока туры в страны СНГ дороги для массового туриста из-за высоких цен на авиаперевозки.

Несмотря на неплохие результаты деятельности отрасли в 2019 г., вклад туризма в экономику России за период 2017-2019 гг. практически не менялся. В частности такие показатели в процентном отношении, как доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в ВВП РФ (3,9%); объем услуг от общего объема платных услуг туристических агентств (1,8%); санаторно-курортных организаций (1,2%), гостиниц (2,4%); объем инвестиций (2,4%); средняя численность работников туротрасли от средней численности работников по всем видам деятельности (3,6%) за эти три года сохранились на том же уровне.

Поступательное развитие туризма в мире и стране в 2020 г. было нарушено распространением коронавирусной инфекции.

В результате сокращения туристского потока доходы от международного туризма снизились в России на 95,2%, в Испании – на 99,2%, в Турции – на 98,7%. Численность туристов, размещенных в коллективных средствах размещения (включая внутренний туризм), сократилась в России на 87,9%, в Бельгии – на 99,2%, в Испании – на 95,7%, Португалии – на 92,9%[7].

Сложившаяся сложная ситуация потребовала государственного вмешательства. Суммарно поддержка туризма за рубежом составила почти 100 млрд. долл., еще 300 млрд. долл. было выделено на поддержку отраслей, которые входят в туристическую сферу.

В России, наряду с общими мерами поддержки бизнеса, авиакомпаниям на возмещение убытков от полетов было выделено 23,4 млрд. руб.; на возмещение затрат туроператоров, связанных с невозвратными тарифами по авиаперевозкам, а также с организацией вывоза туристов из иностранных государств, в которых сложилась неблагоприятная эпидемиологическая обстановка – 3,5 млрд. руб.; на возмещение затрат авиакомпаний, занимающихся возвращением граждан Российской Федерации из-за границы – 1,5 млрд. руб. Кроме того туроператоры были освобождены от уплаты взносов в резервный фонд Ассоциации «Турпомощь» в 2020 г.; организован возврат или перенос по оплаченным путевкам для туристов; разработан порядок возмещения выплаты процентов по кредитам для предприятий в туристической и гостиничной сфере и др.[3].

В июле 2020 г. Правительством РФ была принята специальная программа по поддержке внутреннего туризма. Турист мог получить возврат средств в размере от 5 до 15 тыс. руб. в зависимости от стоимости путевки и ее продолжительности. Финансирование программы кэшбэка составило 15 млрд. руб. Возможность купить тур с кэшбэком онлайн была предоставлена гражданам в течение 21–28 августа 2020 г.[3]. Данная программа помогла около 2 млн. россиян отдохнуть в 2020 г.

Для регионов России характерны многие тенденции, имеющиеся на национальном туристском рынке. В частности, для Владимирской области, как и для всей страны, 2019 г. для туристской отрасли был удачным.

Турпоток во Владимирскую область за девять месяцев 2019 года увеличился на четыре процента в сравнении с тем же периодом 2018 года и составил около трех миллионов человек. На 15 процентов выросло количество событийных мероприятий. Объемы деятельности предприятий общепита и культурно-развлекательной сферы увеличились на четыре процента, а число их посетителей – на шесть [4].

В регионе число коллективных средств размещения с 2015 по 2019 гг. выросло почти в 2 раза, номерной фонд увеличился почти в 1,6 раза, единовременная вместимость увеличилась в 2 раза, количество предоставленных ночевок за год выросло в 1,7 раза, число размещенных гостей за этот период возросло на 295707 человек. Более чем в 2 раза выросла численность иностранных граждан, размещенных в гостиницах в 2019 г. по сравнению с 2015 г. [2].

Что касается количества турфирм, то по сравнению с 2015 г. их количество в регионе уменьшилось со 180 до 157. Средняя численность работников, как и число реализованных турпакетов населению, сокращалась, а вот стоимость реализованных турпакетов увеличилась.

Численность обслуженных российских туристов в 2019 г. по сравнению с 2015 г. уменьшилась на 27825 чел.: примерно в 2 раза меньше было отправлено туристов по России, зато количество отправленных по странам мира граждан увеличилось на 989 человек [2].

Численность иностранных туристов, принятых турфирмами в 2019 г. было меньше, чем в 2015 г. на 2887 чел. (больше всего туристов, которые за это время посетили область, было из Италии, Франции, Китая). Вместе с тем, по данным картографического сервиса MAPS.ME, Владимирская область вошла в ТОП-10 регионов, которыми иностранные туристы больше всего интересовались летом 2019 года.

В целом в стране и регионах сфера туризма находится в достаточно сложном положении и не только из-за пандемии.

Накопились нерешенные проблемы отрасли за прошлые годы. Среди них:

- неоптимальное соотношение цены и качества на некоторые виды туризма (например, пляжный),
- высокие транспортные затраты;

- низкая узнаваемость российских туристских брендов на зарубежных рынках и внутри России;
- сложная система получения виз Российской Федерации (правда, в 2020 г. эта проблема начала решаться с помощью введения электронных виз);
- сохраняющийся недостаток средств размещения;
- пониженная по сравнению со странами ОЭСР доля сферы услуг в экономике [3] и др.

Целью национальной стратегии является создание качественного туристического продукта, конкурентоспособного и привлекающего как российских, так и зарубежных туристов. Стратегия предполагает усиление социальной роли туризма, увеличение доступности услуг туризма, отдыха и оздоровления для всех жителей Российской Федерации.

В качестве основных направлений и инструментов раскрытия туристского потенциала страны на перспективу названы: планирование развития туристских территорий; совершенствование магистральной инфраструктуры и транспорта, туристской и обеспечивающей инфраструктуры; подготовка и использование квалифицированных кадров; стимулирование спроса на туристский продукт; дальнейшее совершенствование визового режима; развитие системы продвижения и повышение узнаваемости туристского продукта; повышение его доступности; совершенствование нормативно-правового регулирования туристской деятельности; внедрение цифровых технологий; обеспечение безопасности; развитие системы сбора, обработки и анализа статистических данных в туризме.

Стратегия предполагает трехкратный рост инвестиций в указанные сферы, субсидирование успешных частных проектов за счет льготных кредитов и налоговых льгот и др. По итогам ее реализации доходы от иностранного туризма должны достичь 25 млрд. долл. к 2035 году, вклад туризма в ВВП – 7%, а сама Россия – занять десятое место в списке самых популярных у туристов зарубежных стран [1].

Подводя общий итог, следует отметить, что Россия, ее регионы обладают огромным туристским потенциалом, который до сих пор используется не в полной мере [6]. Для его раскрытия следует пре-

одолеть имеющиеся в отрасли серьезные проблемы. Предполагаемые стратегией развития туризма в стране на период до 2035 года мероприятия, в случае их реализации, смогут устранить некоторые препятствия на пути развития туристской отрасли, сделав Россию и ее регионы привлекательными для туристов.

Список литературы

1. Национальный туристический рейтинг-2019. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskij-rejting-2019>.
2. Розничная торговля, услуги населению, туризм. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://vladimirstat.gks.ru/trade>.
3. Российский туризм: достижения, проблемы, меры поддержки при пандемии коронавируса НИУ ВШЭ Центр развития [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://dcenter.hse.ru/data/2020/08/12/1586908483/>.
4. С начала 2019 года Владимирскую область посетило около трех миллионов туристов. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://trc33.ru/news/society/s-nachala-2019-goda-vladimirskuyu-oblast-posetilo-okolo-trekh-millionov-turistov/>.
5. Что принес 2019 год мировому и российскому туризму. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://tourism.gov.ru/contents/press-sluzhba/vystupleniya-doklady-i-intervyu/publikatsii-2019-goda/chto-prines-2019-god-mirovomu-i-rossiyskomu-turizmu/>.
6. Яресь О.Б., Панышин И.В. Ресурсный потенциал развития сферы туризма и гостеприимства регионов России. 2018. №7(96). С. 355–358.
7. 27 сентября - День туризма. Росстат представляет данные о туристской индустрии в России и мире за 2020 год. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/100185>.

References

1. National Tourist Rating-2019. [Electronic resource] - Access mode: <https://rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskij-rejting-2019>.
2. Retail trade, public services, tourism. [Electronic resource] - Access mode: <https://vladimirstat.gks.ru/trade>.

3. Russian tourism: achievements, problems, measures of support in the Coronavirus pandemic HSE development center [Electronic resource] - Access mode: <https://dcenter.hse.ru/data/2020/08/12/1586908483/>.
4. Since the beginning of 2019, about three million tourists have visited the Vladimir Region. [Electronic resource] - Access mode: <https://trc33.ru/news/society/s-nachala-2019-goda-vladimirskuyu-oblast-posetilo-okolo-trekh-millionov-turistov/>.
5. What 2019 brought to the world and Russian tourism. [Electronic resource] - Access mode: <https://tourism.gov.ru/contents/press-sluzhba/vystupleniya-doklady-i-intervyu/publikatsii-2019-goda/chto-prines-2019-god-mirovomu-i-rossiyskomu-turizmu/>.
6. Yares O.B., Panshin I.V. Resource potential of the development of tourism and hospitality in the regions of Russia. 2018. No. 7 (96). pp. 355-358.
7. September 27-Tourism Day. Rosstat presents data on the tourism industry in Russia and the world for 2020. [Electronic resource] - Access mode: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/100185>.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Муравьева Надежда Викторовна, к.э.н., доцент кафедры Бизнес-информатика и экономика
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
nemur@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Muravyeva Nadezhda Viktorovna, candidate of Economics, associate Professor of the Department of Business Informatics and Economics
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
nemur@mail.ru

УДК 339

**ПОЛНОМОЧИЯ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ВЛАСТИ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
И ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В ОБЛАСТИ
ГРАЖДАНСКОЙ ОБОРОНЫ И ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ
ОТ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЙ**

Новикова Ю.О., Масленников Д.Л.

Статья посвящена анализу полномочий органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в области гражданской обороны и защиты населения от чрезвычайных ситуаций. Отражена роль территориальных управлений МЧС субъектов Российской Федерации в защите населения.

Ключевые слова: полномочия органов власти и органов местного самоуправления; защита населения.

**CREDENTIALS OF STATE AUTHORITIES
OF THE CONSTITUENT ENTITIES OF THE RUSSIAN
FEDERATION AND LOCAL SELF-GOVERNMENT BODIES
IN THE FIELD OF CIVIL DEFENSE AND PROTECTION
OF THE POPULATION FROM EMERGENCIES**

Novikova U.O. Maslennikov D.L.

The article is devoted to the analysis of the credentials of state authorities of the constituent entities of the Russian Federation and local self-government bodies in the field of civil defense and protection of the population from emergencies. The role of the territorial departments of the Ministry of Emergencies of the constituent entities of the Russian Federation in the protection of the population is reflected.

Keywords: credentials of authorities and local governments; protection of the population.

Проявления стихийных бедствий остаются одной из глобальных проблем, стоящих перед мировым сообществом. Самые распространенные из них: землетрясения, наводнения, ураганы и смерчи, оползни, сели, лесные пожары, аномальные температуры.

В Российской Федерации сохраняется тенденция к ежегодному увеличению количества чрезвычайных ситуаций, вызванных опасными природными явлениями и стихийными бедствиями. Ущерб от этих инцидентов увеличивается. Здоровье и безвозвратные потери населения по-прежнему значительны. Вредно для окружающей среды. Проблема предотвращения и ликвидации чрезвычайных ситуаций природного характера остается для России очень актуальной.

Проблема технологической безопасности также является одной из основных. В последние несколько десятилетий это воспринималось как глобальная социально-экономическая проблема. Причины этого – динамика техносферы как искусственной среды для людей, рост экономики и его сложности, а также рост факторов уязвимости. Для России это моральный и физический износ основных фондов, жилищно-коммунального хозяйства.

Общий анализ возможных угроз и опасностей современности позволяет выделить их наиболее характерные черты: возрастающую взаимосвязанность и сложность угроз; взаимозависимость чрезвычайных ситуаций, когда одна из них влечет за собой цепочку других.

Становится очевидным, что невозможно обеспечить безопасность только на основе частных подходов, противодействующих только конкретной угрозе. Требуется систематический, комплексный подход, учитывающий взаимосвязи и зависимости явлений и процессов и принимающий меры по ряду проблем.

В этом случае можно предположить, что защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций и опасностей, возникающих во время и в результате военных действий, является предметом совместной компетенции Российской Федерации, а также является национальным вопросом.

Федеральное законодательство Российской Федерации определяет полномочия органов местного самоуправления по решению задач гражданской обороны, защите населения и прилегающих территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера.

Органы местного самоуправления самостоятельно:

а) проводить обучение и поддержание в готовности необходимых сил и средств защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, а также обучение населения в области защиты от чрезвычайных ситуаций;

б) принимать решения о отнесении чрезвычайных ситуаций к чрезвычайным ситуациям муниципального характера, о проведении эвакуационных мероприятий в чрезвычайных ситуациях и организации их реализации;

в) информировать население о чрезвычайных ситуациях;

г) финансирование мероприятий, связанных с защитой населения и территорий от чрезвычайных ситуаций;

д) создавать резервы финансовых и материальных ресурсов на случай чрезвычайных ситуаций;

е) организация и выполнение аварийно-спасательных и других неотложных работ, а также поддержание общественного порядка при их выполнении; Если собственных сил и ресурсов недостаточно, они обращаются за помощью в органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации.

ж) способствовать устойчивому функционированию организаций в чрезвычайных ситуациях;

Из рассмотренных положений Федерального закона 68-ФЗ «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» видно, что полномочия органов местного самоуправления совпадают с полномочиями органов государственной власти субъектов Российской Федерации. Федерация, то есть включение обеспечивает большее количество населения в решение рассматриваемых проблем и позволяет согласовывать совместные меры по защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций на всех уровнях.

Список литературы

1. Кузнецов Ю., Никольский В. Введение в теорию национальной безопасности. Проблемы безопасности русского народа и современность; Верный, 1999.
2. Федеральный Закон 68-ФЗ « О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» от 11.11.1994 года (с изменениями и дополнениями 08.12.2020).

References

1. Kuznetsov Y.U., Nikol'skiy V. Vedeniye v teoriyu natsional'noy bezopasnosti. Problemy bezopasnosti russkogo naroda i sovremennost'; Vernyy, 1999.
3. Federal'nyy Zakon 68-FZ «O zashchite naseleniya i territoriy ot chrezvychaynykh situatsiy prirodnogo i tekhnogennogo kharaktera» ot 11.11.1994 goda (s izmeneniyami i dopolneniyami 08.12.2020).

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Новикова Юлия Олеговна, к.и.н., доцент, доцент кафедры теории и истории государства и права; доцент кафедры конституционного и муниципального права
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»; *ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Владимирский филиал»*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия; ул. Горького, 59а, г. Владимир, 600000, Россия
upovikova1902@yandex.ru

Масленников Дмитрий Леонидович, студент факультета права
ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Владимирский филиал»
ул. Горького, 59а, г. Владимир, 600000, Россия
d1m09222@gmail.com

DATA ABOUT THE AUTHORS

Novikova Julia Olegovna, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Theory and History of State and Law; Associate Professor at Department of Constitutional and Municipal Law

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs; Vladimir Branch of RANEPa

87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation; 59a, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation

ynovikova1902@yandex.ru

Maslennikov Dmitry Leonidovich, student of the faculty of law

Vladimir Branch of RANEPa

59a, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation

dml09222@gmail.com

УДК 339.56.055

**ВЛИЯНИЕ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО
РЕГУЛИРОВАНИЯ ВЭД НА ИНВЕСТИЦИОННУЮ
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РФ**

Петров С.В., Рынцев Г.Ю.

В данной статье проводится анализ влияния на инвестиционную привлекательность России таможенно-тарифного регулирования ВЭД.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность; инвестиции; таможенно-тарифное регулирование.

**IMPACT OF TARIFF AND CUSTOMS
OF FOREIGN REGULATION ECONOMIC ACTIVITY
ON THE ATTRACTIVENESS INVESTMENT
OF THE RUSSIAN FEDERATION**

Petrov S.V., Ryntsev G.Y.

The article is devoted the analysis of the impact tariff customs and foreign regulation of economic activity on the investment attractiveness of Russia.

Keywords: investments; foreign economic activities; customs and tariff regulation.

Привлечение иностранных инвестиций в Россию – одна из самых широко освещаемых в современном информационном поле тем, в том числе, на государственном уровне.

На данный момент существует масса инструментов привлечения иностранного капитала в различные отрасли национальной экономики, что обусловлено естественной глобализацией, если рассматривать этот вопрос в широком смысле, среди которых, пожалуй, центральное место занимают иностранные инвестиции.

Как инструмент экономического взаимодействия международного значения инвестиции способствуют росту технико-экономического прогресса и подстёгиванию конкурентной борьбы предприятий в каком-либо секторе национального рынка. Поэтому вопрос привлечения прямых иностранных инвестиций (далее ПИИ) вполне закономерно начинает играть серьёзную роль в жизни государства. Государство в свою очередь осознаёт, какую пользу могут принести ПИИ, и поэтому принимает активное участие в экономическом и юридическом регулировании процесса их привлечения в национальную экономику.

В докладе «О мировых инвестициях 2020» Конференции ООН представлен рейтинг 20 крупнейших стран-получателей прямых иностранных инвестиций в 2018 и 2019 годах. Российская Федерация в этом рейтинге представлена на 15 месте. Согласно рейтингу, приток ПИИ в Россию удвоился: в 2018 году составлял 13 миллиардов долларов, а в 2019 году уже 32 миллиарда долларов [3, с. 27]. Тенденция роста, безусловно, позитивная, однако, до мировых лидеров-получателей ПИИ нашей стране ещё весьма далеко.

Стоит отметить, что на фоне пандемии Covid-19, по прогнозам, описанным в докладе ООН, ожидается снижение общего притока ПИИ. Согласно прогнозу, снижение составит в 2020 году до 40% по сравнению с уровнем 2019 года в 1,54 трлн долларов [3, с. 11].

Соответственно, привлечение ПИИ – задача, которая актуальна для всех стран. В каждой стране существует свой набор инструментов, используемых для привлечения иностранных инвестиций.

Например, США для привлечения ПИИ предоставляет для инвесторов льготное банковское кредитование, а также реализуют программу «SelectUSA», которая оказывает содействие инвесторам и снижает административные барьеры для привлечения инвестиций [4 с. 1]. Что касается развивающихся стран, Индия, к примеру, для привлечения ПИИ учреждает специальные организации, отвечающие за этот вопрос, а также предоставляет льготы и создаёт Свободные экономические зоны (далее СЭЗ). В связи с этим, можно сделать вывод о том, что многие развитые и развивающиеся страны применяют комплексные меры по привлечению ПИИ в страну.

СЭЗ являются основным таможенным инструментом привлечения ПИИ в экономику России. Связано это с тем, что на территории СЭЗ для иностранных инвесторов предоставляется особый таможенный режим, который предусматривает для них такие льготы, как: снижение ставок таможенных пошлин на ввоз и вывоз товаров, упрощение порядка пересечения границы, упрощение порядка въезда иностранных граждан, в том числе и безвизовый режим.

СЭЗ предоставляют разнообразные возможности для иностранных инвесторов, поэтому, при грамотном государственном регулировании процесса их работы СЭЗ способствуют привлечению ПИИ именно в ту сферу, которая, по мнению руководства страны, особенно нуждается в этом.

Таможенные и налоговые льготы, которые предоставляются инвесторам на территории СЭЗ, являются одним из основных рычагов привлечения инвестиций в экономику РФ. Поэтому во всём своём разнообразии СЭЗ могут удовлетворить требования даже самых избирательных инвесторов.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что основным таможенным инструментом привлечения иностранного капитала в экономику России является создание СЭЗ, так как они являются привлекательными для зарубежных инвесторов за счёт предоставляемых гарантий, а также, что самое важное, множества льгот, в том числе и таможенных, набор которых каждая СЭЗ определяет самостоятельно.

Одной из основных задач СЭЗ России является привлечение ПИИ, поэтому для увеличения инвестиционной привлекательности России предлагаем сделать упор на развитии СЭЗ. Для более эффективной работы данного инструмента необходимо проанализировать весь передовой зарубежный опыт создания и развития СЭЗ и на основе данного анализа разработать и закрепить законодательно следующие стратегии:

- 1) привлечения иностранных инвестиций в экономику РФ;
- 2) развития свободных экономических зон.

Законодательное закрепление стратегии и тактики привлечения иностранных инвестиций и развития СЭЗ сделает таможенное законо-

дательство для инвесторов более прозрачным и понятным, что в свою очередь является одним из самых важных критериев привлечения ПИИ.

Список литературы

1. Свободные экономические зоны. Зарубежный и отечественный опыт. Монография для магистрантов под ред. И.А. Майбурова, Ю.Б. Иванова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. 287 с.
2. Инвестиции: учебник под ред. Л.И. Юзвович ; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2018. 610 с.
3. Доклад о мировых инвестициях 2020, Организация Объединённых Наций, [Электронный ресурс]. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2020_overview_ru.pdf.
4. Официальный сайт программы Select USA [Электронный ресурс]. URL: <https://www.selectusa.gov/about-selectusa>.

References

1. Special economic zones. Foreign and domestic experience. : a monograph for undergraduates studying in programs of the direction “Economics”, “State Audit” and “Finance and Credit” O-75 Book 2 ed. I.A. Majburova, Yu.B. Ivanova.
2. Investments: textbook ed. L.I. Yuzvovch; M-in Science and Higher education Ros. Federation, Ural. Feder. un-t. 2nd ed., Rev. and add. Yekaterinburg: Ural Publishing House. University, 2018. 610 s.
3. World Investment Report 2020, United Nations Organization, [Electronic resource]. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/wir2020_overview_ru.pdf.
4. Program «Select USA» official site [Electronic resource]. URL: <https://www.selectusa.gov/about-selectusa>.

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Рынцев Герман Юрьевич, студент

*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия*

Петров Сергей Валерьевич, доцент кафедры ГПиУТД, к. э. н.
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
psv01@yandex.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Ryntsev German Yurevich, student
*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
ORCID: 0000-0002-3509-0099

Petrov Sergey Valerievich, Candidate of Economic Sciences, Associate
Professor of the Department of State Pedagogical Sciences
*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
psv01@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-9207-4976

УДК 339.564

СУЩНОСТЬ И СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ В РОССИИ

Пылаева А.С.

В статье раскрывается содержание и специфические особенности рынка недвижимости. Рассмотрены функции рынка недвижимости, а также факторы, оказывающие влияние на его развитие. Сформулированы принципы оценки стоимости недвижимости.

Ключевые слова: рынок недвижимости; рынок жилья; сегмент рынка; недвижимость; товар.

ANALYSI ESSENCE AND SPECIFICITY OF DEVELOPMENT OF THE REAL ESTATE MARKET IN RUSSIA

Pylaeva A.S.

The article reveals the content and specific features of the real estate market. The functions of the real estate market, as well as factors influencing its development are considered. The principles of real estate valuation are formulated.

Keywords: real estate market; housing market; market segment; real estate; goods.

В настоящее время экономическая наука предопределяет рынок с точки зрения его отраслевой принадлежности. Любой отраслевой рынок имеет множество свойств, которые принадлежат только ему. Это относится и к рынку недвижимости. Рынок недвижимости является важным элементом любой национальной экономики. Объекты рынка недвижимости составляют 70–80% национального богатства многих стран.

Развитие рынка недвижимости началось с процесса перехода России к рыночному типу хозяйства. В этот период в крупных городах наблюдался рост высокодоходных групп населения, у которых были потребности в недвижимости, а именно в жилье. Но при этом в малых городах рынок недвижимости долгое время находился в состоянии застоя. Поэтому рынок недвижимости развивался неравномерно.

Рынок недвижимости отличается от других рынков тем, что имеет специфические особенности. К таким особенностям можно отнести:

- меньшее число сделок купли-продажи;
- сезонные колебания спроса;
- государственная регистрация сделок;
- высокая степень регулирования государства.

Чтобы выявить значимость рынка недвижимости для жизнедеятельности людей и для всей экономике в целом, нужно определить какие функции выполняет рынок недвижимости. Всего существует девять основных функций:

1. Ценообразующая – образование цен, при которых спрос соответствует предложению.
2. Регулирующая – перераспределение ресурсов и нацеливание на удовлетворение общественных процессов.
3. Коммерческая – получение прибыли.
4. Санирующая – выявление и очистка от нерентабельных участников.
5. Информационная – сбор и распространение информации.
6. Посредническая – рынок выступает посредником между покупателями и продавцами.
7. Стимулирующая – поощрение прибылью в создании и использовании имущества.
8. Инвестиционная – перевод сбережений населения из пассивной формы в приумножающийся капитал.
9. Социальная – стремление людей стать собственниками имущества, в результате происходит повышение интенсивности труда.

Рынок недвижимости со своими особенностями и отличиями от других рынков является одним из самых востребованных рынков в современной экономике, но все же рынок недвижимости не соответствует модели совершенного рынка. При решении задачи распределения недвижимости нужно нацеливаться не только на ценовой механизм, но и брать во внимание комплекс других факторов.

На формирование рынка недвижимости оказывают влияние следующие факторы:

1. Макроэкономическая нестабильность (невозможно предугадать какие нормативные акты будут приняты, ведь их принятие зависит от «политической конъюнктуры» в определенный момент времени).

2. Инфляция (этот фактор является двояким, происходит торможение развития ипотечного кредитования, то есть снижение инвестиционной активности, но одновременно с этим вложение капитала в недвижимость является перспективным направлением).

3. Размытость законодательной базы (эта проблема особенно касается рынка недвижимости, так как в этой сфере происходит крупный оборот денежных средств, и законодательная база не в полной мере регулирует отношения на данном рынке).

4. Непрозрачность информационного пространства (информация не всегда предоставляется потенциальным клиентам в полном объеме и соответствующей достоверности. Это происходит из-за недостаточного развития инфраструктуры и политической неустойчивости).

5. Отсутствие четкой методической базы по оценке недвижимости (такая база существует, но она недостаточно проработана и в ней учитываются не все особенности).

6. Неравномерное развитие сегментов рынка недвижимости (сегменты рынка развиваются неравномерно, и наблюдается преобладания рынка жилья).

Также важной частью развития рынка недвижимости служит оценка стоимости этой недвижимости, которая основана на ряде принципов:

Принцип полезности. Полезность – способность объекта удовлетворять потребности. Основным свойством, которым обладает недвижимость, является стоимость, именно благодаря своей стоимости объект недвижимости и может быть полезен потребителю.

Принцип замещения. При оценивании объекта недвижимости должна учитываться сама стоимость аналогичного объекта или стоимость его постройки.

Принцип ожидания. Зачастую при приобретении недвижимости потребитель стремится получить выгоду и ожидает доход от данного объекта.

Принцип возрастающего и уменьшающегося дохода. При вливании дополнительного капитала доходность земли будет увеличиваться, пока не достигнет предельной границы.

Принцип сбалансированности. Должен соблюдаться баланс между факторами производства, для обеспечения максимального уровня стоимости земли.

Принцип зависимости. Стоимость объекта недвижимости напрямую зависит от внешней среды и инфраструктуры, расположенной рядом.

Принцип соответствия. Характеристики объекта недвижимости должны соответствовать друг другу и всем установленным нормам, также должны отвечать потребностям и ожиданиям самого рынка.

Принцип спроса и предложения. Стоимость недвижимости, также как и других товаров определяется отношением спроса и предложения.

Принцип конкуренции. Конкуренция играет важную роль на рынке недвижимости, чем выше конкуренция, тем ниже цена и выше качество объекта.

Принцип изменения. При определении стоимости объекта недвижимости необходимо учитывать, что сам объект и окружающая его среда со временем подвергаются изменениям.

Таким образом, можно сказать, что совокупность всех факторов развития и принципов оценки недвижимости делает этот рынок более точным и удобным для потребителей

Список литературы

1. Бойко И.П. Основы бизнеса на рынке недвижимости. М.: Экономика, 2017. С. 73–80.
2. Горемыкин В.А. Экономика недвижимости: Учебник. 2-е изд., переработанное и дополненное М.: Изд.-книготорг. центр «Маркетинг», 2019. С. 56.
3. Марченко А.В. Экономика и управление недвижимостью: Учебн. пособие. Ростов Н/Д: Феникс, 2018. С. 122–124.

References

1. Boyko I.P. Business fundamentals in the real estate market. M.: Economics, 2017. S. 73–80.
2. Goremykin V.A. Real Estate Economics: A Textbook. 2nd ed., Revised. and add. M.: Publishing house-book trade. Center “Marketing”, 2019. S. 56.
3. Marchenko A.V. Economics and property management: Textbook. allowance. Rostov N / A: Phoenix, 2018. S. 122–124.

ДАнные ОБ АВТОРЕ

Пылаева Александра Сергеевна, ассистент кафедры Государственное право и управление таможенной деятельностью
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
aspylaeva16@gmail.com

DATA ABOUT THE AUTHOR

Pyloeva Aleksandra Sergeevna, assistant at the Department of State law and management of customs activities
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
aspylaeva16@gmail.com

УДК 339.564

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Пылаева А.С., Ермолова Д.В.

В статье раскрывается понятие и содержание цифровой экономики. Выделены основные компоненты и составляющие цифровой экономики. Сформулированы достоинства и недостатки развития цифровой экономики и последствия ее влияния на жизнь общества.

***Ключевые слова:** цифровая экономика; экономика; глобализация; информационные технологии; интернет; автоматизация; искусственный интеллект.*

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF THE DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT

Pylaeva A.S., Ermolova D.V.

The article reveals the concept and content of the digital economy. The main components and components of the digital economy are highlighted. The advantages and disadvantages of the development of the digital economy and the consequences of its impact on the life of society are formulated.

***Keywords:** digital economy; economy; globalization; information technology; internet; automation; artificial intelligence.*

Цифровая экономика определяется как экономическая деятельность, которая возникает в результате миллиардов ежедневных онлайн-соединений между людьми, предприятиями, устройствами, данными и процессами.

На сегодняшний день, цифровая экономика обретает форму и подрывает традиционные представления о структуре бизнеса; как

фирмы взаимодействуют; и как потребители получают услуги, информацию и товары.

Под цифровой экономикой понимается экономическая деятельность, в которой используются электронные коммуникации и цифровые технологии для предоставления товаров и услуг. Основными составляющими цифровой экономики являются:

1. Интернет. Это позволяет фирмам предлагать товары на продажу и позволяет потребителям искать товары, которые им нужны.

2. Электронная почта. Позволяет очень дешево и мгновенно общаться по всему миру. Его можно использовать для очень быстрой отправки информации и запросов.

3. Цифровая автоматизация. Фирмы могут использовать вычислительную мощность компьютеров для принятия решений о выпуске продукции, ценах и способах связи с потребителями.

4. Цифровые платежи – кредитные карты, Apple Pay, Google Pay, биткойны, банковский перевод. Цифровая экономика приближает нас к безналичному обществу.

5. Автоматизация. Цифровая экономика все больше полагается на искусственный интеллект, массовое использование электронных данных и автоматизированные технологии.

Традиционная экономика основана на физических магазинах, товарах и наличных расчетах. Со временем традиционная экономика переняла аспекты цифровой экономики, например, сегодня практически все организации принимают дебетовые карты и предлагают свои товары и услуги через интернет.

Существует несколько преимуществ перехода к цифровой экономике:

1. Доступность информации. Интернет дал потребителям больше информации и выбора. Например, это упрощает сравнение цен между фирмами.

2. Экономия времени. Сегодня можно сделать заказ через Интернет, и он будет доставлен на следующий день. Это экономит затраты на рабочую силу.

3. Снижение затрат. Фирмы могут сэкономить на аренде дорогих зданий, ведя большую часть бизнеса через Интернет. Цифро-

вая экономика позволяет компаниям исключить какой-либо аспект розничной сети и отправлять товары прямо с завода или склада конечным потребителям.

4. Снижение барьеров для входа. На некоторых рынках аспекты цифровой экономики облегчают вход новым компаниям. Если у предпринимателя есть инновационная идея, которая приживается, он может создать новый продукт, бросающий вызов традиционным фирмам. Цифровая экономика принесла много новых услуг, которые раньше были немыслимы, например онлайн-доставка продуктов из магазина.

5. Дистанционная работа. Цифровая экономика была огромным активом во время изоляции COVID-19. Без цифровых технологий спад экономической активности был бы еще больше. Цифровая экономика дает больше возможностей для людей, так как предоставляет гибкость в своем графике. Работа на дому может уменьшить контакт с другими людьми и предотвратит распространение вируса.

Компании, переживающие цифровую трансформацию, сталкиваются с множеством проблем и трудностей, так как им сложно адаптироваться к новой среде, а также к новым технологиям. К таким проблемам относятся:

1. Монопольная власть. Несмотря на потенциал для новых стартапов, во многих аспектах цифровой экономики доминируют фирмы, обладающие монопольной властью.

2. Отсутствие закрепления в законодательстве. Цифровая экономика создала тенденцию к использованию самостоятельно занятых фрилансеров, которые не защищены трудовым законодательством.

3. Экология. Ошибочно думать, что цифровая экономика подразумевает защиту окружающей среды, центры обработки данных используют электричество и вызывают выбросы CO₂. Также, цифровая экономика поощряет культуру «одноразового использования».

4. Безработица. Новые технологии могут привести к увеличению безработицы. Неквалифицированные рабочие все чаще проигрывают квалифицированным. В сочетании с монопольной властью крупных технологических компаний это вызывает усиление нера-

венства в обществе, что может привести к чувству отчуждения и несправедливости.

Таким образом, необходимо сказать, что с появлением технологий и процессом глобализации цифровая и традиционная экономики сливаются в одну. Цифровая экономика требует сильной инфраструктуры, хорошо функционирующего Интернета, сильных сетей мобильной связи и телекоммуникаций.

Список литературы

1. Антонова Л.И. Цифровая экономика. Социально-экономические и управленческие концепции коллективная монография / Л.И. Антонова, Д.И. Городецкий, А.Ф. Золотарева [и др.]; под редакцией А.А. Степанова. Москва.: Научный консультант, Виктория плюс, 2018. С. 102–105.
2. Быковская Е.В. Проблемы и перспективы развития цифровой экономики России: возможности инновационно-технологического развития индустриального сектора с целью повышения его стратегической конкурентоспособности: монография / Е.В. Быковская. Тамбов.: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019. С. 87–90.
3. Ильин В.В. Цифровая экономика: практическая реализация: методическое пособие / В.В. Ильин. Москва.: Интермедиатор, 2020. С. 29–31.

References

1. Antonova L.I. Digital economy. Socio-economic and management concepts collective monograph / L.I. Antonova, D.I. Gorodetsky, A.F. Zolotareva [and others]; edited by A.A. Stepanov. - Moscow: Scientific consultant, Victoria plus, 2018. - S. 102-105.
2. Bykovskaya E.V. Problems and Prospects for the Development of the Digital Economy of Russia: Opportunities for Innovative and Technological Development of the Industrial Sector with the Purpose of Increasing its Strategic Competitiveness: Monograph / E.V. Bykovskaya. - Tambov.: Tambov State Technical University, EBS ASV, 2019. - P. 87-90.

3. Ilyin V.V. Digital Economy: Practical Implementation: Methodological Guide / V.V. Ilyin. Moscow: Intermediator, 2020. S. 29–31.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Пылаева Александра Сергеевна, ассистент кафедры Государственное право и управление таможенной деятельностью
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
aspylaeva16@gmail.com

Ермолова Дарья Валерьевна, преподаватель
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ»
ул. Тихонравова, д. 1, г. Владимир, 600000, Россия
dvermolova@fa.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Pylaeva Aleksandra Sergeevna, assistant at the Department of State law and management of customs activities
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
aspylaeva16@gmail.com

Ermolova Daria Valerievna, teacher
Financial University under the Government of the Russian Federation
1, Tikhonravov Str., Vladimir, 600000, Russia
dvermolova@fa.ru

УДК 338

К ВОПРОСУ О ЦИФРОВОЙ ПОВЕСТКЕ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА

Рудакова В.Ю.

В статье рассматриваются основные проблемы и перспективы цифровых преобразований в рамках развития интеграции, укрепления единого экономического пространства и углубления сотрудничества государств-членов.

Ключевые слова: *евразийский экономический союз; цифровые технологии.*

ON THE DIGITAL AGENDA OF THE EURASIAN ECONOMIC UNION

Rudakova V.Yu.

The article discusses the main problems and prospects of digital transformation in the framework of the development of integration, strengthening of the common economic space and deepening cooperation of the member states.

Keywords: *Eurasian Economic Union; digital technologies.*

Формирование единой гармонизированной экономической политики, нацеленной на укрепление конкурентных преимуществ экономики стран участниц Евразийского экономического союза (Армения, Белоруссия, Казахстан, Киргизия и Россия), – это задача, реализация которой вызвана объективными причинами современных общемировых тенденций.

Последние годы ознаменовались тем, что наращивание экономического потенциала, сохранение занятости и повышение конкурентоспособности обеспечиваются за счет развития цифровизации, IT-

услуг и IT-технологий. Все более важным становится использование информации и данных, прорывных технологий в деятельности и управлении странами, регионами, отраслями и предприятиями [7].

Цифровые технологии перспективны не только для отдельных стран, но и для их объединений в плане повышения региональной и глобальной конкурентоспособности. Евразийский экономический союз (ЕАЭС) не является исключением.

Сегодня перед ЕАЭС открываются новые возможности углубления сотрудничества на базе единой сетевой инфраструктуры, общих цифровых платформ и новых цифровых решений [1].

Обсуждение вопросов совместной цифровизации началось еще в 2015 г., когда все страны ЕАЭС поняли, что глобальные вызовы трудно преодолеть поодиночке, их нужно решать совместными усилиями.

Евразийская экономическая комиссия разработала рекомендации по реализации цифровой повестки ЕАЭС до 2025 года, и в 2017 г. документ «Цифровая повестка Евразийского союза» был утвержден.

Цифровая повестка предполагает создание в рамках объединения единой цифровой экономики. Она основана на развертывании безопасной и масштабируемой цифровой инфраструктуры, обеспечивающей широкополосный доступ в интернет на всем пространстве Союза с целью создания производств, товаров, услуг инновационного типа, роста эффективности экономики каждой страны и укрепления межстрановых взаимодействий [1].

Цифровая повестка ЕАЭС – это круг актуальных для стран-членов ЕАЭС вопросов по цифровым преобразованиям в рамках развития интеграции, укрепления единого экономического пространства и углубления сотрудничества государств-членов [4]. В рамках повестки уже разработаны и начинают реализовываться некоторые проекты.

Так в конце апреля 2020 года Евразийская экономическая комиссия утвердила программу по созданию совместных геоинформационных продуктов стран ЕАЭС. Это кооперационный проект в сфере предоставления космических и геоинформационных услуг на

основе данных дистанционного зондирования Земли. Реализовать проект планируется в 2021–2025 гг.[3].

Второй проект – «Работа без границ». Он ориентирован на граждан Евразийского союза и предполагает возможность поиска работы на всем пространстве ЕАЭС. Его задача – выстраивание большой экосистемы по трудоустройству, в которой будут развиваться сервисы, связанные с электронными трудовыми книжками, со смарт-контрактами. Этот проект позволит получать удаленные сервисы, которые необходимы людям в связи с переездом в другую страну, со сменой работы и т.д.

Третий проект – «Цифровые транспортные коридоры». Он нацелен на создание единой экосистемы со сквозной цифровой логистикой, движением товара и транспорта на пространстве Евразийского союза и с взаимодействием с другими странами. В Европе уже действуют две экосистемы – Maersk и Phoenix, в Азии – Logink, есть экосистемы в Японии и в Китае. Эти транспортно-логистические инфраструктуры уже работают на территории ЕАЭС, однако не учитывают интересы его стран-членов. Задача ЕАЭС – создание и развитие собственной экосистемы, которая бы не могла игнорироваться другими большими региональными платформами. Путь через ЕАЭС должен прокладываться на основе цифровой экосистемы ЕАЭС, чтобы предотвратить потери доходов, доли рынка перевозок, товаров, промышленной кооперации, трудовой занятости, образования [5].

Вопросы глобальной и региональной цифровой повестки, вызовов, решений и политики в области цифровизации во всем мире обсуждаются заинтересованными странами уже не первый год. Одной из ключевых площадок для этого служит международный форум «Digital Almat, проводимый уже в четвертый год в Казахстане. Цель форума 2021 – обеспечить площадку для диалога на региональном и глобальном уровне для обсуждения цифровой повестки в условиях COVID-19, новых стратегий цифровой трансформации и трендов в сфере новейших технологий в период пандемии [7].

Общей целью государств ЕАЭС является модернизация, кооперация, повышение конкурентоспособности национальных эконо-

мик. А единая цифровая платформа будет приносить выгоду всему объединению, сохраняя при этом национальные суверенитеты [3].

Внедрение совместных электронных сервисов и их использование будут формировать условия для справедливой и прозрачной взаимной торговли, позволят снять инфраструктурные ограничения, раскрыть транзитный потенциал, поднять на новый уровень диалог с Европейским союзом и китайской инициативой «Один пояс – один путь».

Однако не все партнеры по Союзу проявляют настойчивость в продвижении идей цифровизации на просторах ЕАЭС. В Евразийской экономической комиссии не прекращаются дискуссии по поводу решения широкого спектра вопросов сотрудничества стран-участниц Союза [7].

А ведь основной целью цифровой платформы ЕАЭС является улучшение жизни граждан Союза и условий ведения бизнеса. Цифровая платформа будет способствовать устранению барьеров, которые мешают формированию единого рынка товаров, услуг, капитала и рабочей силы в рамках Союза. Она должна строиться [4] на совместимых информационных системах стран-членов и с учетом их национальных интересов. Только в этом случае можно будет эффективно развивать экономику стран ЕАЭС. Угрозу экономикам и суверенитетам стран ЕАЭС несут не общие цифровые платформы и системы, а их отсутствие [2].

В рамках цифровой повестки важное значение имеет создание цифровой экосистемы, включающей новые бизнес-процессы, создание новых бизнес-моделей, обеспечивающих цепочку ценностей от производителя до конечного потребителя [1]. При этом цифровая повестка не отменяет специализации стран-участниц в мировом экспорте услуг, а создает новые возможности для нее. Практика показывает, что почти все страны предоставляют телекоммуникационные и транспортные услуги. При этом Россия и дальше может развивать финансовые и деловые услуги; Армения и Казахстан – услуги негосударственных пенсионных фондов, услуги в сфере культуры и отдыха, страхования и др.; Беларусь и Кыргызстан – строительные услуги и т.д.

Успех продвижения услуг [3] стран ЕАЭС на мировом рынке и реализации цифровой повестки возможен при обеспечении ряда условий. Одним из них является распространение цифровой грамотности среди населения стран-членов ЕАЭС. Это подтверждают имеющиеся реалии.

Нерешительность в плане создания единого цифрового пространства в ряде стран Союза объясняется не отсутствием технологий или их недоступностью, а непониманием важности и нужности цифровизации и недостаточной цифровой компетентностью. Эта проблема требует [2] серьезного отношения, как со стороны государства, так и общественности.

Успех текущей деятельности и перспективы развития ЕАЭС важны как с точки зрения геополитики, так и с точки зрения наращивания экономического потенциала для создания баланса торгово-экономических интересов в юго-восточной части Евразии. Это особенно важно, т.к. прогнозы свидетельствуют о том, в 2021 году объемы международного экономического взаимодействия Российской Федерации с регионами Европы и Азии впервые сравняются [4].

Новые глобальные вызовы в виде пандемии коронавируса стали катализатором в развитии цифровых решений для укрепления взаимодействия стран Союза. Активизировались переговоры по соглашениям о свободной торговле, электронной торговле, маркировке товаров, цифровизации системы технического регулирования, предлагаются конкретные меры по вовлечению бизнеса в процесс торговых переговоров [7].

Создание трансграничной системы, которая объединит множество платформ, предоставляющих различные услуги, позволит странам Союза занять свое место в глобальном конкурентном пространстве, не став частью чужой региональной экосистемы. Безусловно, это сложный путь, предполагающий решение многих вопросов: безопасности, хранения данных и их передачи, выработки компромиссных решений, учитывающих интересы всех стран Союза и т.д. [5].

Подводя общий итог, следует отметить, что внедрение информационных технологий, развертывание цифровизации являются

важным фактором развития, как отдельных стран, так и их объединений. С учетом давних связей и тесных экономических отношений стран-членов ЕАЭС скорейшая реализация утвержденной цифровой повестки может стать решающим фактором наращивания политического и экономического потенциала стран-участниц.

Список литературы

1. Единый цифровой документооборот в евразийском экономическом союзе: возможности и перспективы. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=40879002>
2. ЕЭК обсудила с бизнесом реализацию цифровой повестки и торгово-экономическое сотрудничество с партнерами из третьих стран. URL: https://www.alta.ru/ts_news/76867/
3. Гаевская А. Обзор систем электронного документооборота в ЕАЭС. – URL: <https://www.cfin.ru/software/kis/edms.shtml>
4. Материалы Первого Евразийского Конгресса Цифровая повестка ЕАЭС. М.: 2020.
5. Министр ЕЭК в интервью CNews – об общих цифровых экосистемах Армении, Белоруссии, Казахстана, Киргизии и России. URL: https://www.cnews.ru/articles/2020-01-14_ministr_eek_v_intervyu_cnews_ob_obshchih
6. Реалии цифровизации в странах ЕАЭС. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38591080>
7. Ставцева Т.И. Место и роль информационных ресурсов в современной экономике // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2019 № 3-1. С. 37–44.

References

1. Unified digital document flow in the Eurasian economic union: opportunities and prospects. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=40879002>
2. The EEC discussed with business the implementation of the digital agenda and trade and economic cooperation with partners from third countries. – URL: https://www.alta.ru/ts_news/76867

3. Gaevskaya A. Review of electronic document management systems in the EAEU. URL: <https://www.cfin.ru/software/kis/edms.shtml>
4. Materials of the First Eurasian Congress Digital Agenda of the EAEU. Moscow: 2020.
5. The EEC Minister in an interview with CNews – about the common digital ecosystems of Armenia, Belarus, Kazakhstan, Kyrgyzstan and Russia. URL: https://www.cnews.ru/articles/2020-01-14_ministr_eeek_v_intervyu_cnews_ob_obshchih
6. The realities of digitalization in the EEU countries. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38591080>
7. Stavtseva T.I. Mesto i rol ' informatsionnykh resursov v sovremennoy ekonomiki [The place and role of information resources in the modern economy]. Series: Humanities and Social Sciences. 2019 № 3-1. S. 37–44.

ДАНИЕ ОБ АВТОРЕ

Рудакова Вера Юрьевна, аспирант кафедры Бизнес-информатика и экономика
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
89035865619@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Rudakova Vera Yuryevna, graduate student of the Department of Business Informatics and Economics
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
89035865619@mail.ru

УДК 339.56

ТАМОЖЕННОЕ ДЕКЛАРИРОВАНИЕ И ТАМОЖЕННЫЙ КОНТРОЛЬ ТОВАРОВ, ПОДЛЕЖАЩИХ ЦИФРОВОЙ МАРКИРОВКЕ

Сальникова А.В.

В статье исследуются особенности таможенного декларирования товаров, подлежащих обязательной цифровой маркировке и производства таможенного контроля в их отношении. Выявлены способы нанесения маркировки на импортируемую продукцию, их достоинства и недостатки. Определено, что таможенное декларирование и таможенный контроль товаров с обязательной маркировкой усложняется. Установлено, что маркировка вызывает необходимость корректировки логистических цепей поставок, перенастройки бизнес-процессов.

Ключевые слова: *цифровая маркировка; таможенное декларирование; таможенный контроль; таможенные операции.*

CUSTOMS DECLARATION AND CUSTOMS CONTROL OF GOODS SUBJECT TO DIGITAL MARKING

Salnikova A.V.

The article examines the features of the customs declaration of goods subject to mandatory digital labeling and the customs control procedure in relation to them. The methods of labeling imported products, their advantages and disadvantages are revealed. It is determined that the customs declaration and customs control of goods with mandatory labeling is becoming more complicated. It is established that labeling causes the need to adjust logistics supply chains, reconfigure business processes.

Keywords: *digital marking; customs declaration; customs control; customs operations.*

С 2018 года в Российской Федерации функционирует система цифровой маркировки товаров. Ее основная цель – борьба с незаконным оборотом продукции. На сегодняшний день обязательная маркировка введена на табачную продукцию, шубы, обувь, лекарства, фотоаппараты и лампы-вспышки, шины и покрышки, товары легкой промышленности, духи и туалетную воду, молоко и молочную продукцию. На этапе эксперимента находятся кресла-коляски, велосипеды, упакованная вода, пиво и пивные напитки [4, 5]. Обязательная маркировка указанной продукции распространяется как на товары, произведенные внутри России, так и ввозимые на ее территорию. Это значит, что на указанных категориях товаров должны быть нанесены установленные метки, которые позволяют установить оригинальность товара, а также проследить его движение с момента производства до реализации потребителю. Для ввозимых товаров обязательность цифровой маркировки означает, что при их импорте следует соблюдать установленные особенности при совершении таможенных операций, что обуславливает и особенности производства таможенного контроля. Без нанесения цифрового кода на товары, в отношении которых установлена обязательная цифровая маркировка, таможенными органами будут приниматься решения об отказе в регистрации декларации на товары и выпуске товара. Установлены случаи, когда маркировка товаров не требуется. Например, требования к маркировке товаров не распространяются на товары, вывозимые с таможенной территории Евразийского экономического союза, или на товары, предназначенные для реализации в магазинах беспошлинной торговли и т.д. [1, ст. 8].

Цифровые коды идентификации предоставляются участникам оборота товаров, подлежащих обязательной маркировке, оператором на основании сведений о товаре, которые были представлены этим участником в информационную систему мониторинга. При импорте на товары должна быть нанесена маркировка до их помещения под таможенную процедуру выпуска для внутреннего потребления или реимпорта. Импортеры вправе нанести маркировку непосредственно на производстве за рубежом или на транзитных

складах за рубежом или на таможенных складах на территории РФ [2, ст. 158]. У каждого способа есть свои преимущества и недостатки. Выбор способа импортером зависит от особенностей реализации ими бизнес-процессов.

Маркировка силами производителя за рубежом возможна при четко отлаженных взаимоотношениях между импортером и иностранным производителем и возможности договориться об этом, а также при возможности проконтролировать качество и правильность нанесения маркировки. Такой способ представляется наиболее выгодным с точки зрения финансовых и временных затрат. Необходимость распаковывать продукцию на промежуточных участках, содержать специализированный склад, оборудование и штат сотрудников отсутствует. Значимым минусом оказываются проблемы контроля правильности нанесения маркировки и возникновения несоответствий и пересортицы. Более того, не каждый иностранный изготовитель согласен нести дополнительные финансовые и временные издержки, связанные нанесением маркировки на партию товара. Преимуществами маркировки товаров на транзитном складе за рубежом и на таможенных складах в России являются: возможность более тщательно осуществить контроль за правильностью и качеством нанесения маркировки, низкий риск пересортицы и несоответствия штрих-кода и продукции, на которую он нанесен. Однако стоимость маркировки на таможенном складе будет существенно ниже (до 2-х раз и более), чем на транзитном складе за рубежом. Основной недостаток – необходимость выгрузки товаров на склад и вскрытие грузовых мест для нанесения маркировки, а также последующая упаковка и загрузка в транспорт. Это дополнительные финансовые и временные издержки, к которым могут быть готовы не все импортеры, что может привести к дефициту импортной продукции на российском рынке. Информация о кодах идентификации товаров, помещаемых под процедуру выпуска для внутреннего потребления или реимпорта, вносится в графу 31 декларации под номером 13. Указывается информация о кодах идентификации товаров, и (или) кодах идентификации групповой упаковки, и (или) кодах идентификации транспортной упаковки [3,

п. 15]. Отсутствие необходимых сведений является основанием для отказа в регистрации декларации на товары. Необходимость нанесения маркировки вносит коррективы в процесс таможенного контроля, усложняя его, т.к. в случае досмотра таможенными органами будет осуществляться контроль QR-кодов, а именно сканирование и сверка данных маркировочных знаков с информацией из реестра товаров. При выявлении несоответствий товары будут задержаны для дополнительной проверки.

Таким образом, цифровая маркировка, имея основной целью борьбу с контрафакцией, может затруднить бизнес-процессы импортеров, а также совершение таможенных операций и таможенного контроля с товарами, подлежащими обязательной маркировке.

Список литературы

1. Соглашение о маркировке товаров средствами идентификации в Евразийском экономическом союзе (Заключено в г. Алматы 02.02.2018).
2. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза от 11.04.2017).
3. Решение Комиссии Таможенного союза от 20.05.2010 № 257 (ред. от 01.12.2020) «О форме декларации на товары и порядке ее заполнения» (вместе с «Порядком заполнения декларации на товары»).
4. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 апреля 2018 г. № 791-р «Об утверждении перечня отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации».
5. Честный знак [Электронный ресурс]. <https://честныйзнак.рф> (дата обращения: 25.02.2021).

References

1. Soglasheniye o markirovke tovarov sredstvami identifikatsii v Yevraziyskom ekonomicheskom soyuze (Zaklyucheno v g. Almaty 02.02.2018).
2. Tamozhennyu kodeks Yevraziyskogo ekonomicheskogo soyuza (prilozheniye № 1 k Dogovoru o Tamozhennom kodekse Yevraziyskogo ekonomicheskogo soyuza ot 11.04.2017).

3. Resheniye Komissii Tamozhennogo soyuza ot 20.05.2010 № 257 (red. ot 01.12.2020) «O forme deklaratsii na tovary i poryadke yeye zapolneniya» (vmeste s «Poryadkom zapolneniya deklaratsii na tovary»).
4. Rasporyazheniye Pravitel'stva Rossiyskoy Federatsii ot 28 aprelya 2018 g. № 791-r «Ob utverzhdenii perechnya otdel'nykh tovarov, podlezhashchikh obyazatel'noy markirovke sredstvami identifikatsii».
5. Chestnyy znak [Elektronnyy resurs]. <https://chestnyyznak.rf> (data obrashcheniya: 25.02.2021).

ДААННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Сальникова Анастасия Владимировна, к.и.н., доцент, доцент кафедры финансового права и таможенной деятельности
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
salnikova-av@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Salnikova Anastasiya Vladimirovna, Candidate of Historic Sciences, Associate Professor at the Department of Finance Law and Customs Business
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
salnikova-av@mail.ru
ORCID: 0000-0003-0029-3125

УДК 005.95

**ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ
ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВОЗДЕЙСТВИЯ
МОТИВАЦИОННЫХ ФАКТОРОВ НА УСПЕШНОСТЬ
РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ**

Соловьева О.В.

Высокая технологичность и степень конкуренции на сырьевых рынках предъявляет жесткие требования к освоению новой техники и современных производственных технологий. Особые требования современная социально-экономическая ситуация предъявляет к профессиональной подготовке сотрудников, развитию кадрового потенциала и совершенствованию системы управления персоналом, что тесно связано с мотивацией. Мотивационные модели, повышающие успешность работы персонала могут существенно различаться в разных организациях не только по форме, но и по содержанию. В статье рассмотрены факторы, которые оказывают наиболее сильное воздействие на эффективность работы персонала.

Ключевые слова: *мотивационные факторы; развивающее управление персонала; имиджевый бренд; результативность и успешность работы персонала; система оценки успешности трудовой деятельности; модель партнёрства.*

**POSSIBLE WAYS TO INCREASE
THE EFFECTIVENESS OF THE IMPACT
OF MOTIVATIONAL FACTORS ON THE SUCCESS
OF THE ORGANIZATION'S STAFF**

Solovyova O.V.

High technological efficiency and the degree of competition in the commodity markets places high demands on the development of new equipment

and production technologies. The current socio-economic situation places special demands on the professional training of employees, the development of human resources potential and the improvement of the personnel management system, which is closely related to motivation. Motivational models that increase the success of the staff can differ significantly in different organizations, not only in form, but also in content. The article considers the factors that have the strongest impact on the efficiency of the staff.

Keywords: *motivational factors; developing personnel management; image brand; effectiveness and success of personnel; system for evaluating the success of labor activity; partnership model.*

Реальная эффективность любых экономических мероприятий определяется отношением людей к труду. Именно персонал, являясь основным источником прибыли, осуществляет взаимную увязку факторов экономической деятельности, обеспечивая результативность и эффективность работы организации.

Воздействие мотивационных факторов на успешность работы персонала рассмотрено на примере предприятия сферы услуг (парикмахерская Эжлен). Персонал, напрямую сталкиваясь с потребителями и обслуживая их, персонифицировано демонстрирует успешность (или не успешность) деятельности предприятия. Персонал – это лицо компании, что, должны осознать, прежде всего, сами сотрудники. Задача менеджмента показать и убедить, что создание образа привлекательности в интересах работников. Это достаточно сложная задача и требует продуманных методов, поскольку убеждение должно быть таким искусным, чтобы люди были уверены, что это их мысли, это их «собственные» идеи, практически осуществленные. Однако не исключено, что сотрудники, даже осознавая важность имиджевой составляющей работы предприятия, могут вносить элемент негатива. Потому, важнейшим мотивационным фактором успешности и эффективности трудовой деятельности является управление персоналом, именно ему должно уделяться основное внимание, на нем должен ставиться акцент. Смысл работы предприятия сферы услуг – постоянное стремление

к высококачественному обслуживанию. Задача повышения качества обслуживания носит перманентный характер и удовлетворяет ожидания клиентов только в случае недопущения недостатков в работе, или, если ошибка все-таки допущена, минимизации ее последствий.

Ещё одним фактором, сильно влияющим на результативность работы сотрудников, служат фирменные стандарты и имиджевый бренд предприятия сферы услуг. Понятие «имиджевый бренд» предполагает разработку образа идеального сотрудника, который полностью отражает «дух» и создает образ современного идеального, «нереально прекрасного» предприятия, который вызывает непреодолимое желание работать только в нем. Этот образ недостижим! Но стремление приблизиться к нему и соответствовать ему и есть путь развития, в чем и заключается смысл. Обязательные элементы имиджевого бренда: внешнее обаяние и внутренняя красота, внешний вид, профессиональная манера поведения, включающая умение общаться с клиентами, коллегами, руководством.

Как было отмечено, основным мотивационным фактором, эффективно влияющий на успешность работы персонала, является управление персоналом. Обеспечение эффективности его использования объективно связано с обязательным формированием системы оценки результатов труда. Без оценки труда невозможно не только поставить вопрос об успешности/не успешности трудовой деятельности, но даже невозможно определить существующий уровень результативности работы, следовательно, нельзя определить существует ли необходимость улучшения и каких именно показателей работы. Оценивая результативность и успешность работы персонала, следует иметь в виду не только качественные показатели труда, но и наиболее рациональное использование имеющихся в организации ресурсов, и условия труда, и удовлетворенность сотрудников трудом, и удовлетворенность клиентов уровнем обслуживания и качеством оказанных услуг. Современный подход к оценке работы персонала исходит из осознания недостаточности измерения лишь конечных результатов труда, следует оценить также степень сформированности соответствующего трудового поведения и наличие требуемых качеств, которые станут

условием успешности работы. В каждой конкретной сфере производственной деятельности разрабатываются собственные критерии оценки результативности, успешности, профессионализма. Так профессионализм персонала и результативность (и тот и другой фактор являются элементами успешности персонала) его работы в сфере парикмахерских услуг определяется Приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 25 декабря 2014 г. N 1134н «Об утверждении профессионального стандарта «специалист по предоставлению парикмахерских услуг» [2]. В соответствии с этим Приказом персонал предприятий парикмахерских услуг, включая администрацию, должен иметь профессиональную подготовку и высокую квалификацию. В профессиональную подготовку входит определённый объём теоретических знаний, умение применять их на практике, уровень необходимых профессиональных умений, профессиональные навыки, соответствующие требованиям конкретного рабочего места или должности.

Поскольку оценка работы нацелена на последующие корректирующие меры, то при комплексном подходе объектом анализа становятся не только необходимые качества работников, но и те мотивирующие факторы, которые оказывают прямое или косвенное влияние на работу персонала и характеризуют самого работника.

Известный отечественный специалист в области кадрового менеджмента В.И. Шкатулла [4, с.59] утверждал, что управление персоналом – универсальная специфическая деятельность, охватывающая и профессиональные и социальные процессы жизни. В системе управления персоналом человек не объект профессиональных манипуляций менеджера, но субъект индивидуальных возможностей, самостоятельно воплощающий их в результаты труда и успешность жизненных достижений. Он постоянно совершенствуется в труде и социуме, многогранен и не ограничен в развитии потенциала. Проведенное исследование позволило выделить из большого числа факторов, влияющих на успешность труда персонала, наиболее значимые. Учёт этих факторов дал основание сформулировать рекомендации по повышению успешности работы персонала исследуемого предприятия, которые могут быть использованы в управленческой деятельности любого предприятия производственной сферы.

Управление персоналом – эта всеобъемлющая специфическая деятельность, от неё зависят в той или иной степени все остальные сферы деятельности организации. Как правило, в условиях реальной практики управления, эта деятельность не носит системного характера, что является основной ошибкой менеджмента предприятия. Управление персоналом требует определенных изменений в соответствии с современными представлениями об общих управленческих процессах и в сфере работы с людьми. Необходимость разработки и внедрения изменений в деятельность по управлению персоналом обусловлена следующими обстоятельствами:

1. персонал является важнейшим ресурсом, осуществляющим взаимную увязку всех остальных ресурсов предприятия, обеспечивая результативность и эффективность его работы, он обеспечивает реализацию стратегии развития предприятия.

2. при определении методов наиболее эффективного воздействия на трудовую деятельность работников, наряду с финансовыми, производственными ресурсами компании, и внешними факторами, необходимо учитывать состояние и перспективы развития имеющихся человеческих ресурсов. Персонал – главный субъект всех бизнес-процессов предприятия. В связи с этим, требуется тщательно определить формат участия персонала в разработке, реализации, контроле и анализе эффективности бизнес-процессов.

Учитывая сказанное, сформулированы предложения, усиливающие влияние мотивационных факторов на повышение успешности работы персонал.

I. Общепринято: персонал является ключевым фактором реализации перспективного развития предприятия. Это подтверждается и результатами исследования Института организации производства в Атланте (Джорджия): повышение качества услуг и производительности труда в экономике США в долгосрочной перспективе будет обусловлено в 46% случаев вложениями в человеческий фактор, в 35% – созданием различных интегральных производственных систем и лишь в 19% – использованием передовых технологий. То же исследование показало, что роль персонала в создании добавленной

стоимости уже сейчас неуклонно увеличивается, что связано с изменениями условий конкуренции. В недалеком прошлом конкуренция заключалась, главным образом, в соревновании по цене и качеству, ныне – по скорости изменений бизнес-процессов в компании, выборе приоритетов в соответствии с непрерывно изменяющимися потребностями рынка услуг, в предвосхищении или создании этих потребностей [1, с. 47]. Постоянные и часто глобальные изменения во внешней среде обязывают предприятие быть динамичным и меняющимся, если оно желает достичь успеха. Успех же любых организационных инноваций определяется степенью заинтересованности персонала в реализации этих инноваций. В этой связи следует отметить, что весьма прогрессивно и хорошо зарекомендовало себя, так называемое, развивающее управление персоналом. Внедрение в практику управления персоналом развивающего управления благоприятно отразится на всей многофункциональной деятельности предприятий сферы услуг, поскольку оно основывается на системном подходе к управлению. Такой современный подход позволяет правильно выстроить систему управления персоналом, диктует и обеспечивает необходимость ее интеграцию в систему управления организацией. «...концепция развивающего управления персоналом исходит из специфики современных мировых тенденций в развитии мирового хозяйства и связана с пониманием системности субъектов управления, многообразия как факторов внешней среды, так и субъектов управления, и интеграции на основе такого понимания всех известных на настоящий момент факторов средового, функционального, индивидуального характера, влияющих на трудовое поведение персонала» [3, с. 31]. В концепции развивающего управления человек рассматривается как сложная многофакторная система. Неотъемлемое свойство таких систем – динамика непрерывного развития, связанная с необходимостью приспосабливаться к условиям быстро меняющейся внешней среды, адаптированных субъективизмом внутренних возможностей, чем и определяется ее поведенческие характеристики. Факторная операционализация развивающего управления персоналом показана на схеме (рис. 1). [3, с.32]



Рис. 1. Схема развивающего управления персоналом

II. Перспективное развитие персонала – это совокупность способов, форм и методов целевого воздействия на сотрудников, приводящее к усилению мотивации их профессионального роста. Целесо-

образно создавать условия и активно ориентировать сотрудников на совершенствование профессиональных навыков, развитие профессиональных умений, углубление профессиональных знаний, одним словом на наиболее полное раскрытие профессионального потенциала. Деятельность предприятия по профессиональному развитию сотрудников позволит значительно повысить успешность и эффективность их труда. Однако в большинстве предприятий сферы услуг, сотрудники, стремящиеся к профессиональному росту и развитию, испытывают определённый дискомфорт. Он связан с невозможностью проявить себя, показав высокий уровень профессиональных умений и, тем самым, доказать свою способность выполнять серьёзные поручения, высокую степень своей ответственности, высокие личностные качества и, следовательно, свою необходимость предприятию. Одним из способов компенсировать дискомфортное состояние – поручать таким сотрудникам планирование и организацию серьёзных, значимых для организации мероприятий или ведение от начала и до конца проектов (например, разработку новой услуги, которая будет приносить прибыль и привлечет новых клиентов), поощряя (в том числе материально) их успешную реализацию. Таким способом можно удовлетворить потребность наиболее активных работников в признании их значимости для компании и статуса в коллективе. Подобные поручения являются мотивационными факторами, эффективно влияющими на трудовую деятельность человека. Использование на практике этого способа ведет к существенному повышению эффективности использования трудового потенциала и успешности труда самих работников.

III. Действенным мотивационным фактором является модель партнёрства сотрудников и руководства. Модель основана на философии маркетинга персонала. В ней собственный сотрудник предприятия рассматривается как клиент предприятия или надёжный партнёр, что определяет отношение к сотруднику: и к клиенту, и к партнёру предприятие относится бережно, дорожит ими, делает все возможное, чтобы их не потерять. Сотрудничая с работником, как с клиентом или надёжным партнёром, предприятие может решить

некоторые свои проблемы, а работник получает возможность удовлетворить собственные потребности и профессиональные интересы.

IV. Эффективно освоение на уровне практического использования системы РМ (Performance Management - управление эффективностью). РМ – система, наиболее объективно оценивающая труд работника и его вклад в результативность трудовой деятельности коллектива. Объективность оценки обоснована разработанными критериями и показателями эффективности исполнительской профессиональной деятельности. Оценка в системе РМ предполагает и оценку уровня компетенции работника и создает условия повышения мотивации самого работника к труду и нацеленность его на высокий конечный результат, т.е. оценивание не ограничивается только КРІ (от англ. Key Performance Indicators – Ключевые Показатели Эффективности), но стимулирует труд и позволяет проанализировать конкретную трудовую деятельность конкретного работника на конкретном рабочем месте

При комплексной реализации сформулированных предложений в практике управления персоналом предприятия сферы услуг, повысится эффективность работы персонала, укрепятся взаимоотношения персонала и администрации, повысится конкурентоспособность организации на рынке оказываемых услуг, создадутся условия для самореализации и удовлетворения профессиональных потребностей и интересов работников.

Список литературы

1. Ильенкова С.Д., Кузнецов В.И. Менеджмент: учебное пособие/ С.Д. Ильенкова, В.И. Кузнецов. М.: Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права, 2018. 356 с.
2. Собрание законодательства Российской Федерации, 2015, N 4, ст. 293; 2014, N 39, ст. 5266
3. Спивак В.А. Управление персоналом для менеджеров: учебное пособие/ В.А. Спивак. М.: Эксмо, 2017. 420 с.
4. Шкатулла В.И. Настольная книга менеджера по кадрам/ В.И. Шкатулла. М.: ИНФРА-М, 2018. 520 с.

References

1. Ilyenkov D., Kuznetsov V.I. Menedzhment: uchebnoe posobie/ S.D. Ilyenkova, V. I. Kuznetsov. M.: Moscow international Institute of econometrics, Informatics, Finance and law, 2018. 356 c.
2. Meeting of the legislation of the Russian Federation, 2015, N 4, p 293; 2014, N 39, article 5266.
3. Spivak V.A. Personnel management for managers: a textbook / V.A. Spivak. M.: Eksmo, 2017. 420 s.
4. Shkatulla V.I. Desktop book of the HR manager/ V.I. Shkatulla. M.: INFRA-M, 2018. 520 s.

ДАНИЕ ОБ АВТОРЕ

Соловьева Ольга Всеволодовна, доцент кафедры управления и информационных технологий, кандидат педагогических наук, доцент

ФГБОУ ВО «Владимирский юридический институт Федеральной службы исполнения наказаний»

ул. Б. Нижегородская, 67Е г. Владимир, 600020, Россия

androsola@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Solovyova Olga Vsevolodovna, Associate Professor of the Department of Management and Information Technologies, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor

Vladimir Law Institute, Moscow, Russia Federal Penitentiary Service

67E, B. Nizhegorodskaya str., Vladimir, 600020, Russia

androsola@mail.ru

УДК 338.49

МЕЖДУНАРОДНЫЙ АСПЕКТЫ КЛАСТЕРИЗАЦИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Стрельцов Р.С.

В статье рассматриваются теоретические аспекты кластеризации малого и среднего бизнеса. Проанализирована практика зарубежных стран и опыт реализации проектов по развитию кластерной системы малого и среднего бизнеса. Кластеры малых и средних предприятий изучаются в развитых и развивающихся странах. Материалы исследования показывают, что традиционные кластеры, основанные на конкурентных преимуществах низкой порядка (дешевая рабочая сила, природные ресурсы, аграрные ресурсы) обнаруживают высокую экономическую эффективность и конкурентоспособность.

Ключевые слова: *кластер; кластер малых и средних предприятий; предпринимательство; иностранные предприятия; кластерная политика; инновации; инновационный потенциал.*

INTERNATIONAL ASPECTS OF CLUSTERING SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES

Streltsov R.S.

The article discusses the theoretical aspects of clustering small and medium-sized businesses. The practice of foreign countries and the experience of implementing projects for the development of the cluster system of small and medium-sized businesses are analyzed. Small and medium enterprise clusters are being studied in developed and developing countries. Research materials show that traditional clusters based on low-order competitive advantages (cheap labor, natural resources, agricultural resources) exhibit high economic efficiency and competitiveness.

Keywords: *cluster; cluster of small and medium-sized enterprises; entrepreneurship; foreign enterprises; cluster policy; innovation; innovative potential.*

Кластеры малых и средних предприятий изучаются в развитых и развивающихся странах.

Среди наиболее известных исследований можно выделить публикации Всемирного банка о кластеризации малого и среднего бизнеса в Африке. Они определяют существующие кластеры малых и средних предприятий в Камеруне, Гане, Кении, Руанде и Мавритании. Они функционируют как в традиционных видах экономической деятельности (металлообработка, производство текстильных изделий, одежды, аксессуаров), так и в инновационных. В частности, есть кластеры информационных технологий в Мавритании и Руанде («Ebena Cyber Tower», «ICT Park»). Наряду с этим обнаружены два сельскохозяйственных кластера: выращивание ананасов в Гане и кофе в Руанде. В Руанде есть туристический кластер («Парк Гориллы»).

Производительность таких кластеров выше, чем в экономике страны в целом. Члены кластера лучше обеспечены капиталом и оборудованием, чем изолированные предприятия, не участвующие в кластерные ассоциации. В то же время участник кластера создает больше рабочих мест, чем типичное среднее или малое предприятие. Основная часть кластеров малых и средних предприятий в Африке не ограничивается местными рынками. Они выходят на национальный, межрегиональный или мировой рынок. В то же время традиционные кластеры формируются во многом стихийно, кластеры информационных технологий основываются на специальных институциональных проектах правительства.

Наиболее успешны те кластеры малых и средних предприятий, которые производят потребительские товары со стабильным спросом или экспортировать те ресурсы, которые отражают роль африканских государств в международном разделении труда. Иными словами, некластерная политика повысила эффективность малого и

среднего бизнеса, а наиболее успешные предприятия сформировали кластер экспортного типа. Инновационные кластеры Мавритании и Руанды пока не получили ожидаемого развития. Таким образом, попытки создания инновационного кластера административными методами в этих государствах не оправдались.

Для Индонезии такая деятельность типична для кластеров малых и средних предприятий, таких как трикотажная и швейная промышленность, металлообработка и ремонт металлоконструкций. Частично эти кластеры выходят на мировой рынок. В то же время кластеры малых и средних предприятий часто расположены в сельской местности, активно используют дешевую местную рабочую силу, играют значительную роль в обеспечении занятости и доходов. Их основной товар – изделия из дерева (мебель, хозтовары). Они ориентированы на местных жителей с низкими доходами. Для кластеров малых и средних предприятий Индонезия характерна невысокая финансовая обеспеченность, большой объем ручного труда, примитивные технологии.

Кластеры малых и средних предприятий в Индонезии с традиционными видами деятельности также развились спонтанно. В свою очередь, государственная поддержка кластеров с использованием таких инструментов, как субсидии, создание особых экономических зон, консультативная поддержка, создание кооперативов, содействие экспорту, показала крайне ограниченную эффективность. Несмотря на все усилия правительства, кластеры малых и средних предприятий оставались невосприимчивыми к инновациям и сохраняли традиционные устаревшие технологии.

Предполагается, что малое или среднее предприятие в кластере должно стать новатором, вплотную взаимодействуя с академической наукой, потребителем и участвуя в сотрудничестве в кластерах. В этом случае реализуется ряд преимуществ: возможность учиться на опыте своих партнеров, повышать компетентность, как в технической сфере, так и в сфере управления. Также в рамках такого взаимодействия значительно ускоряется распространение инноваций. Однако такая «идеальная» модель развития редко реализуется на практике. Инно-

вационный потенциал кластера малых и средних предприятий остается в значительной степени ограниченным. В частности, практика стимулирования инновационной и технологической активности ряда кластеров малых и средних предприятий Нигерии, расположенных в крупных городах, дала лишь временный сдерживающий эффект.

В самом общем виде инновационный потенциал связан с возможностями и способностями генерировать и внедрять инновации. С одной стороны, инновационный потенциал – это совокупность возможностей для производства и внедрения инноваций (научных, технических, технологических, финансовых, кадровых, юридических, инфраструктурных и др.). Тогда основная научная задача – определить влияние различных возможностей на способность к инновациям и соответственно оценить их. Возможна балльная или другая оценка каждого компонента, за которой следует интегральный обобщающий показатель.

С другой стороны, инновационный потенциал рассматривается как набор ресурсов, которые можно использовать для создавать инновации (научные, технические, образовательные, инвестиционные). Выбор того или иного подхода к пониманию инновационного потенциала вызывает различия в методах оценки. Также инновационный потенциал можно понимать как уровень готовности к решению инновационных задач. Следовательно, для оценки инновационного потенциала кластера малых и средних предприятий необходимо адаптировать существующие подходы и инструменты.

Список литературы

1. Погодина И.В., Фраймович Д.Ю., Мищенко З.В. Стабильность и устойчивость инновационного развития региональных социально-экономических систем в контексте кластерного анализа // национальная безопасность / nota bene. 2012. № 6 (23). С. 28–38.
2. Щека А.А., Проблемы создания и стратегии развития малых инновационных предприятий // «Научное обозрение» – 4/2016. С. 134–138.
3. Щека А.А., Трунин Г.А. Проблемы формирования инновационной организации // Наука Красноярья. 2020. Т. 9. № 2-2. С. 118–122.

References

1. Pogodina I.V., Fraimovich D.Yu., Mishchenko Z.V. Stability and sustainability of the innovative development of regional socio-economic systems in the context of cluster analysis // national security / nota bene. 2012. No. 6 (23). with. 28–38.
2. Shcheka A.A., Problems of creation and development strategies of small innovative enterprises // “Scientific Review” - 4/2016, pp. 134–138.
3. Shcheka A.A., Trunin G.A. Problems of the formation of an innovative organization // Science of Krasnoyarsk. 2020. Vol. 9. No. 2-2. S. 118–122.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Стрельцов Роман Сергеевич, доцент кафедры «Финансового права и таможенной деятельности», к.э.н, доцент
Владимирский государственный университет
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
roman-streltsov@yandex.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Streltsov Roman Sergeevich, Associate Professor of the Department of Financial Law and Customs Activities, Ph.D., Associate Professor
Vladimir State University
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia
roman-streltsov@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-7889-8111

УДК 338.49

**АНАЛИТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ
ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА КЛАСТЕРОВ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ**

Стрельцов Р.С.

В статье проводится анализ инновационного потенциала кластеров малого и среднего бизнеса в России, но с практической точки зрения имеются определенные ограничения на доступную информацию. Сравнительному изучению кластеров мешает отсутствие единых стандартов предоставления и раскрытия информации, но на основании исследований по данной теме определено, что инновационный потенциал кластеров малых и средних предприятий в России сильно ограничен, а в документах стратегического планирования практически не затрагивается вопрос его развития.

Ключевые слова: *кластер, кластер малых и средних предприятий; предпринимательство; кластерная политика; инновационный потенциал.*

**ANALYTICAL ASPECT
OF THE INNOVATIVE POTENTIAL OF SMALL
AND MEDIUM BUSINESS CLUSTERS IN RUSSIA**

Streltsov R.S.

The article analyzes the innovative potential of small and medium-sized business clusters in Russia, but from a practical point of view, there are certain restrictions on the available information. A comparative study of clusters is hampered by the lack of uniform standards for the provision and disclosure of information, but on the basis of research on this topic, it was determined that the innovative potential of clusters of small and medium-sized enterprises in Russia is very limited, and the

strategic planning documents practically do not touch upon the issue of its development.

Keywords: *cluster; cluster of small and medium-sized enterprises; entrepreneurship; cluster policy; innovation potential.*

Анализ инновационного потенциала кластеров малого и среднего бизнеса в России имеет определенные ограничения на доступную информацию. Сравнительному изучению кластеров мешает отсутствие единых стандартов предоставления и раскрытия информации. Тем не менее, можно отметить, что инновационный потенциал кластеров малых и средних предприятий в России сильно ограничен, а в документах стратегического планирования практически не затрагивается вопрос его развития.

Даже самый распространенный показатель - количество высокопроизводительных рабочих мест, по своей абсолютной величине в региональном масштабе незначителен и говорит о слабом влиянии кластера малых и средних предприятий на региональное развитие. Еще менее впечатляющими являются параметры инновационного потенциала, такие как выпуск новых инновационных продуктов, исследования и разработки. Следовательно, эмпирические исследования подтверждают эмпирические обобщения о низком инновационном потенциале кластеров малых и средних предприятий, сформулированные на материалах других стран. Это сужает их экономическую роль и круг решаемых стратегических задач.

Следует подчеркнуть, что ограниченный инновационный потенциал не является основанием для отказа от развития кластеров малых и средних предприятий и проведения соответствующей кластерной политики. Потенциал таких кластеров может сыграть значительную роль в диверсификации экономики территории, продуктивном использовании местных ресурсов, замене импортной или иностранной продукции, завершении цепочек добавленной стоимости, повышении экономической стабильности территорий и решении проблемы занятости и социальной напряженности. Приведенные возможности кластеров малого и среднего бизнеса пол-

ностью соответствуют ключевым направлениям стратегического развития многих регионов и муниципальных образований Российской Федерации.

Развитие инновационного потенциала кластеров малых и средних предприятий в принципе возможно, но требует новых, нетривиальных подходов. При этом необходимо учитывать объективные причины, приводящие к низкому инновационному потенциалу. Основным фактором, сдерживающим инновации в кластере малых и средних предприятий, является его относительно небольшой размер, не позволяющий сформировать «критическую массу» компетенций для инновационного роста. Даже объединения ресурсов 50-100 малых предприятий может оказаться недостаточно для создания и развития собственных инновационных институтов, сектора исследований и разработок. Внутренний рынок труда и компетенции в таком кластере также слишком малы, чтобы получать внутренние инновационные импульсы. Определенные элементы инновационной системы, которые могут быть сформированы в кластере малых и средних предприятий (например, выставочная площадка или обучение), не имеют ожидаемого воздействия именно потому, что нет полной инновационной системы.

Общей практически для любого кластера причиной ограничения инновационного потенциала является отсутствие механизма трансфера инноваций и слабое развитие рынка инноваций. Практически любой современный кластер в России включает научные организации, образовательные организации высшего и среднего образования, малые инновационные предприятия, но разрыв между наукой и производством остается очень большим. Членство университетов и институтов в кластерах очень мало влияет на общий инновационный потенциал. В кластерах малых и средних предприятий эта проблема еще более усугубляется, поскольку крупному университету или учреждению довольно сложно наладить взаимодействие с широким кругом малых и средних предприятий.

Проблема развития инновационного потенциала кластеров малых и средних предприятий чрезвычайно сложна и требует деталь-

ного анализа. По мнению автора, положительные эффекты региональных кластеров могут быть инновационными в формировании рационального взаимодействия со зрелой региональной инновационной системой. В предварительном плане можно говорить о двух направлениях развития инновационного потенциала кластеров малого и среднего предпринимательства в региональной инновационной системе.

Формирование конкретных видов и способов интеграции кластеров малого и среднего бизнеса с сектором исследований и разработок, образовательными организациями, а также институтами развития и общественными организациями. Необходимо искать особые формы организации совместной работы, исходя из конкретных интересов, потребностей и возможностей. Интересна в этом отношении позиция многих базовых вузов, которые ориентируются на адаптацию и передачу малому и среднему бизнесу известных передовых технологий, планируют подготовку и переподготовку специалистов в области технологий.

Список литературы

1. Погодина И.В., Фраймович Д.Ю., Мищенко З.В., Позиционирование параметров безопасности региональной социально-экономической системы в условиях модернизации // сб: Национальная безопасность. 2012. № 1. С. 55–80.
2. Щека А.А., Проблемы создания и стратегии развития малых инновационных предприятий // «Научное обозрение» – 4/2016. С. 134–138.
3. Щека А.А., Трунин Г.А., Анализ методологии и тенденций формирования управленческих команд. Наука Красноярья. 2020. Т. 9. № 2-2. С. 128–132.

References

1. Pogodina I.V., Fraimovich D.Yu., Mishchenko Z.V., Stability and sustainability of the innovative development of regional socio-economic systems in the context of cluster analysis // national security / nota bene. 2012. No. 6 (23). with. 28–38.

2. Shcheka A. A., Problems of creation and development strategies of small innovative enterprises // “Scientific Review” – 4/2016, pp. 134–138.
3. Shcheka AA, Trunin GA, Problems of the formation of an innovative organization // Science of Krasnoyarsk. 2020. Vol. 9. No. 2-2. S. 118–122.

ДААННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Стрельцов Роман Сергеевич, доцент кафедры «Финансового права и таможенной деятельности», к.э.н, доцент
Владимирский государственный университет
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
roman-streltsov@yandex.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Streltsov Roman Sergeevich, Associate Professor of the Department of Financial Law and Customs Activities, Ph.D., Associate Professor
Vladimir State University
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia
roman-streltsov@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-7889-8111

УДК 338

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Тесленко И.Б., Малышева Ю.В.

В статье рассматриваются основные проблемы и перспективы цифровизации сферы услуг в условиях пандемии.

Ключевые слова: цифровизация; сфера услуг; пандемия.

DIGITALIZATION OF THE SERVICE SECTOR IN THE CONTEXT OF THE PANDEMIC

Teslenko I.B., Malysheva Yu.V.

The article discusses the main problems and prospects of digitalization of the service sector in the context of the pandemic.

Keywords: digitalization; service sector; pandemic.

В связи с пандемией COVID-19 мировая экономика столкнулась с серьезными потрясениями. Их причинами стали закрытие границ, объявление режима самоизоляции, приостановление работы предприятий. Последствия этого проявились в стагнации и экономическом кризисе, повышении уровня безработицы, снижении доходов населения.

Только из-за сбоя производственно-сбытовых цепочек трех крупнейших экономик мира – США, ЕС и Китая – мировая экономика во время пандемии COVID-19 потеряла не менее 126 миллиардов долларов [7].

Потери понесла вся сфера услуг, в которой особо важен фактор личного взаимодействия с клиентом. В условиях пандемии часть организаций перестала функционировать, а другую часть руководители на период самоизоляции перевели на режим работы онлайн.

В сфере обслуживания сильнее всего пострадали транспортные организации, предприятия общественного питания. Из услуг соци-

альной сферы серьезные проблемы возникли в образовании, туризме, сфере развлечений, культуры и отдыха.

Эти сферы деятельности пострадали, потому что в ряде стран их доля в ВВП весьма существенна.

Так, среди государств, обладающих наиболее развитой экономикой, наибольшая доля услуг в ВВП в США – свыше 77%, в Великобритании – 71%, Франции – 70% (см. табл. 1).

Таблица 1.

Доля услуг в ВВП в странах мира в 2019 г.

№№	Страна	Сфера услуг в ВВП, %*
1	США	77,4
2	Великобритания	71,0
3	Франция	70,3
4	Канада	70,2
5	Япония	69,1
6	Испания	67,7
7	Италия	66,3
8	Бразилия	62,6
9	Германия	61,8
10	Мексика	60,1
11	Таиланд	56,9
12	Иран	54,4
13	Турция	54,3
14	Россия	54,1
15	Республика Корея	53,6
16	Китай	52,2
17	Египет	51,4
18	Индия	49,1
19	Саудовская Аравия	48,4
20	Индонезия	43,4

17 стран мира имеют долю услуг в ВВП выше 50%. Россия входит в это число с показателем доли услуг в ВВП – 54,1%. Совершенно понятно, что сфера услуг в этих странах не могла не пострадать в период самоизоляции и после нее [2].

Серьезный урон нанесла самоизоляция туризму и транспортной сфере [3]. По статистике ООН, убытки туристической отрасли из-за

сокращения числа поездок по всему миру из-за пандемии коронавируса за первые десять месяцев 2020 года составили 935 млрд. долл. Число поездок в Азиатско-Тихоокеанский регион за это время сократилось на 82%, на Ближний Восток – на 73%, в Африку – на 69%, в Европу и Америку - на 68%. По данным Ростуризма, в масштабах страны отрасль за 2020 год потеряла около 1,5 трлн. рублей [8].

Сфера морских круизов стала одной из наиболее пострадавших: чистый убыток крупнейшего в мире круизного оператора «Carnival» на 30 ноября 2020 года достиг 2,2 млрд. долл.

Согласно прогнозу Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA), потери авиаперевозчиков по всему миру в 2020-2021 гг. из-за пандемии коронавируса могут составить 157 млрд. долл. Убытки крупнейших авиакомпаний США за 2020 год составили: «United Airlines» – 7,1 млрд. долл., «Delta Airlines» – 12,4 млрд. долл. Российский «Аэрофлот» оценил потери за 2020 год в размере 1,3 млрд. долл. [5].

Вместе с тем, в России в условиях пандемии стали активнее развиваться путешествия внутри страны. Так, по подсчетам «ТурСтат», летом 2020 года самыми популярными направлениями стали Краснодарский край (6,2 млн. туристов), Крым (3,5 млн. чел.), и Алтай (2 млн. чел.). Турция заняла только пятое место, причем со значительным отставанием – ее посетили всего 460 тыс. россиян. Прирост турпотока показали менее популярные курорты: посещение Дагестана увеличилось на 40%, а Карелии и того больше – на 50% [4].

Туротрасль смогла приспособиться и воспользовалась возможностями, открываемыми цифровизацией. Клиентам стали предлагаться виртуальные экскурсии по городам и музеям мира. Агрегатор экскурсий и туров Tripster только в России продал 10000 онлайн-экскурсий в 2020 году. На русском языке появились экскурсии в музеи Италии, Испании, Великобритании, Чехии и т.д.

По размеру убытков за сферой туризма следуют общественное питание и сфера развлечений.

По данным The National Restaurant Association, одно из шести заведений общественного питания США закрылось в 2020 году из-за пандемии. А с марта по июль только в США предприятия этой сферы потеряли около 240 млрд. долл.

В России с начала пандемии закрыли бизнес около 40% владельцев кафе и ресторанов, сегмент просел на 22,8%. Только в сентябре 2020 года объем продаж кафе, столовых, ресторанов и баров в стране оказался ниже на 15–17%, чем в аналогичном периоде 2019 года [6].

Минимизация человеческих контактов, хоть и отрицательно отразилась на ресторанном бизнесе, привела к развитию нового тренда – «бесконтактному буму». Kentucky Fried Chicken (KFC) в июне 2020 г. открыла в Москве первый в мире бесконтактный ресторан: ресторан «узнает» посетителей с помощью биометрии, заказы можно сделать через диджитал-киоски, а расплатиться – бесконтактно (в том числе и с помощью той же биометрии). Американская компания Wal-Mart Stores, в свою очередь, еще в марте обеспечила бесконтактный режим работы магазинов.

Стали быстро развиваться сервисы доставки еды. Поэтому многие кафе и рестораны стали использовать этот способ продаж, тем самым продолжая существовать. Мировые инвестиции в эту сферу за первые три квартала 2020 года составили 8,7 млрд. долл. – больше, чем за весь 2019 год (7 млрд.).

В России пандемия способствовала развитию сервисов доставки: среди ведущих компаний – Delivery Club, Яндекс.Еда, Яндекс.Лавка Сбермаркет, Самокат. Выручка Delivery Club, принадлежащего Mail.ru и Сбербанку, за девять месяцев 2020 года составила 7 млрд. рублей – это в 1,5 раза больше, чем за весь 2019 год.

В 2020 году рынок доставки готовой еды в России совершил рекордный рост на 47% до 258 млрд. рублей. Российские заведения из 32 городов России подключались к сервисам-распространителям, чтобы минимизировать убытки в период самоизоляции. У «Яндекс. Еды» количество партнёров выросло в 2 раза и на декабрь 2020 года составило 32000 [1].

Сфера доставки развивалась и у ритейлеров. X5 Retail Group (владелец магазинов «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Карусель») в конце 2020 года запустил единое приложение для сервисов экспресс-доставки. На начало апреля 2020 г. пришлось рекордное число экспресс-доставок – более 13000 в сутки [11].

Сфера развлечений в офлайн режиме в период самоизоляции показала отрицательную динамику. Выручка The Walt Disney Company упала на 40% – до 11,7 млрд. долл. Из-за закрытия тематических парков развлечений The Walt Disney Company лишилась 3,5 млрд. долл. операционной прибыли.

По прогнозам аналитической компании Ampere Analysis, больше остальных пострадает глобальный рынок рекламы в интернете и на телевидении. Этот сегмент недосчитается 40 млрд. долл. в 2020 году и 43 млрд. долл. – в 2021.

Компенсировать убытки от закрытия мест офлайн-развлечений помогли продажи игровых консолей. Выручка компании Sony достигла 18,6 млрд. долл. Только от продажи PlayStation 4 компания нарастила выручку на 32% [10].

На фоне объявления карантина люди стали активнее пользоваться сервисами, позволяющими смотреть кино и сериалы, слушать музыку и играть в видеоигры онлайн. Среди тех, кто получил наибольшую выгоду от пандемии, оказались Netflix и YouTube. В первом квартале 2020 года Netflix увеличил число платящих пользователей в мире на 8,7%, прирост составил рекордные 15,77 млн. подписок. За время режима самоизоляции просмотры на YouTube выросли на 30%.

В Великобритании, Канаде и Австралии пользовалась популярностью израильская разработка – сервис Houseparty, который позволяет устраивать онлайн-вечеринки до 8 человек. Количество новых пользователей за март 2020 выросло до 50 млн. чел.

Пандемия заставила поменять бизнес-процессы многих компаний сферы услуг. Благодаря самоизоляции произошло ускорения цифровизации, массовый переход в онлайн. По сути, последствиями пандемии стали как большие убытки, так и задел будущего цифрового развития.

По данным холдинга Veon (контролирует телекоммуникационные активы в странах СНГ и в ряде стран Азии и Африки), темпы цифровизации ускорились в 10 раз, а переход в онлайн был как никогда актуален.

Ещё одна сфера, которой пришлось меняться из-за коронавирусной инфекции – образование. По подсчетам ЮНЕСКО, около 1,5

млрд. школьников по всему миру были переведены в режим самоизоляции из-за пандемии COVID-19.

В сфере образования одними из главных бенефициаров коронавирусного кризиса стали компании, которые предоставляют услуги видеоконференций, и особенно Zoom. Количество скачиваний приложения во время коронавируса выросло более чем вдвое. Рынок онлайн-образования в России за 2020 год вырос на 30-35%.

Впечатляет опыт Китая. Буквально за несколько первых недель пандемии в стране удалось создать единую национальную образовательную платформу, в которой смогли одновременно обучаться свыше 50 млн. школьников. Участие в создании платформы принимали крупнейшие корпорации Китая – Huawei, Alibaba и Baidu. Согласно прогнозам, в 2023 году объем рынка онлайн-образования в Китае может достичь 99,3 млрд. долл.[9].

В России ситуация со школьным онлайн-образованием обстоит несколько хуже. По исследованию Росстата, каждая четвертая российская семья не имеет широкополосного доступа в интернет. Нет единой информационной системы, в которой школьники смогли бы заниматься. Задачи по решению данных проблем внесли в национальный проект по цифровизации.

Однако крупные российские корпорации заинтересованы в разработке цифровой среды. Они покупают самые перспективные разработки и решения и интегрируют в свои внутренние образовательные системы, которые приносят положительные результаты. По официальным данным, выручка образовательного сегмента Mail.ru Group за первый квартал 2020 года выросла в разы по отношению к 2019 году и составила 738 млн. рублей.

Подводя общий итог, следует отметить, что 2020 г. оказался сложным для большого числа компаний сферы услуг многих стран. Свертывание их деятельности было обусловлено введением режима всеобщей самоизоляции из-за коронавирусной инфекции. Невозможность личного взаимодействия покупателей и продавцов способствовала изменению бизнес процессов, активизировала цифровизацию и привела к переходу в онлайн формат общения. А эти

процессы, в свою очередь, привели к экономии ресурсов компаний и заложили фундамент дальнейшего развития цифрового общества.

Список литературы

1. Горячий цех: как рестораны и кафе возвращают клиентов после пандемии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/news/5f14670d7a8aa9e4fa687a7a>.
2. Доля услуг в ВВП Топ-20 экономик мира. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://credinform.ru/ru-RU/Publications/Article/6d99e95b11d8>.
3. Жуковская И.Ф., Овчинников А.Ю. Туризм и COVID-19: анализ проблем и перспективы развития после пандемии // Вестник национальной академии туризма. 2020. № 3 (55). С. 24–27.
4. Как пандемия изменила туризм и что нас ждет в 2021 году. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/5fdca8079a794710499353c8>.
5. Компания United Airlines подсчитала убытки на фоне пандемии COVID-19. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2021/01/21/kompaniia-united-airlines-podschitala-ubytki-na-fone-pandemii-covid-19.html>.
6. Общепит на грани краха. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ng.ru/economics/2020-10-28/5_8001_restaurants.html.
7. Объявлены потери мировой экономики из-за пандемии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ULR: <https://www.vesti.ru/finance/article/2423610>.
8. ООН: туристический сектор потерял \$935 млрд. из-за пандемии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4617278>.
9. Пандемия цифрового образования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/education/153144-pandemiya-cifrovogo-obrazovaniya>.
10. Провал Disney и взлет Sony: как японский гигант пережил пандемию. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.gazeta.ru/culture/2020/08/05/a_13178617.shtml.

11. Что происходит на рынке доставки еды и продуктов после карантина. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://retailer.ru/chto-proishodit-na-rynke-dostavki-edy-i-produktov-posle-karantina/>

References

1. Hot Shop: How restaurants and cafes are returning customers after the pandemic. [Electronic resource]. – Access mode: <https://plus.rbc.ru/news/5f14670d7a8aa9e4fa687a7a>.
2. The share of services in the GDP of the Top 20 economies in the world. [Electronic resource]. – Access mode: <https://credinform.ru/ru-RU/Publications/Article/6d99e95b11d8>.
3. Zhukovskaya, I. F., Ovchinnikov A. Y. Tourism and COVID-19: analysis of problems and prospects of development after the pandemic // Bulletin of the national Academy of tourism. 2020. No. 3 (55). pp. 24–27.
4. How the pandemic has changed tourism and what awaits us in 2021. [Electronic resource]. – Access mode: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/5fdca8079a794710499353c8>
5. United Airlines has calculated losses against the background of the COVID-19 pandemic. [Electronic resource]: <https://rg.ru/2021/01/21/kompaniia-united-airlines-podschitala-ubytki-na-fone-pandemii-covid-19.html>.
6. Public catering is on the verge of collapse. [Electronic resource]. - Access mode: https://www.ng.ru/economics/2020-10-28/5_8001_restaurants.html.
7. The losses of the world economy due to the pandemic are announced. [Electronic resource]. – Access mode: ULR: <https://www.vesti.ru/finance/article/2423610>
8. UN: The tourism sector lost \$935 billion due to the pandemic. [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.kommersant.ru/doc/4617278> 9. The digital education pandemic. [Electronic resource]. – Access mode: <https://vc.ru/education/153144-pandemiya-cifrovogo-obrazovaniya>.
10. The failure of Disney and the rise of Sony: how the Japanese giant survived the pandemic. [Electronic resource]. – Access mode: https://www.gazeta.ru/culture/2020/08/05/a_13178617.shtml.
11. What happens in the food and grocery delivery market after quarantine. [Electronic resource]. – Access mode: <https://retailer.ru/chto-proishodit-na-rynke-dostavki-edy-i-produktov-posle-karantina/>

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Тесленко Ирина Борисовна, д.э.н., профессор, заведующая кафедрой кафедры Бизнес-информатика и экономика
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Российская Федерация
iteslenko@inbox.ru

Малышева Юлия Владимировна, студентка кафедры Бизнес-информатика и экономика
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
julimiy@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Teslenko Irina Borisovna, doctor of Economics, Professor, head of the Department of Business Informatics and Economics
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
iteslenko@inbox.ru

Malysheva Yulia Vladimirovna, student of the Department of Business Informatics and Economics
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
julimiy@mail.ru

УДК 338.244

**ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ
ОРГАНИЗАЦИИ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ
УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Трунин Г.А.

В статье рассмотрены вопросы развития гибких методов управления основанных на малых командах, как ключевого фактора организации инновационной деятельности организаций.

***Ключевые слова:** инновации; инновационная деятельность; менеджмент.*

**FACTORS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT
OF THE ORGANIZATION: METHODOLOGICAL ASPECT
OF MANAGEMENT ACTIVITY**

Trunin G.A.

The article deals with the development of flexible management methods based on small teams, as a key factor in the organization of innovative activities of organizations.

***Keywords:** innovations; innovation activity; management.*

За последние 10 лет в России не удалось осуществить программу полноценного перехода от сырьевой зависимости к инновационному сценарию развития. При этом параллельно на мировых рынках наблюдаются существенные сдвиги, как в сфере промышленного производства, так и мировой торговли. Несмотря на активизацию инвестиционных процессов в приоритетных областях науки и техники, не удается сделать существенный технологический скачок, а неопределенность возможных путей развития инновационных технологий существенно увеличились [1].

Флагманом инновационного развития и нового организационно-проектирования в России официально признан проект Сколково. За 10 лет существования данный институт действительно добился множества феноменальных результатов, но все равно не позволил добиться существенного прорыва на мировой арене. Более того, существует существенная критика деятельности, как самой организации, так и ее резидентов. Еще Лорен Грэхэм на заре развития Сколково указывал, что данный проект обречен на провал в силу своей изначальной принудительной организационной институционализации и формализации инноваций. В своих исследованиях он указывал, что создание инновацией это сложный, зачастую хаотичный и высоко творческий процесс, который невозможно культивировать с помощью бюрократических инструментов [2].

Развитие информационных технологий, социальных сетей, усложнение внешних связей организаций приводит к необходимости пересмотра классических иерархических моделей управления организациями в сторону децентрализации и вовлечения сотрудников в вопросы как операционного, так и стратегического управления. Похожие вопросы последние десятилетие рассматриваются и на уровне государственного управления, где все чаще звучат требования к активному вовлечению граждан в вопросы государственного и политического устройства стран [3].

Современные исследования все чаще указывают на то, что именно схема организационной работы, а также образ мышления руководителей организаций и их учредителей определяют инновационный потенциал. Фредерик Лалу выделил организационно-культурному принципу несколько групп организаций, которые носят эволюционный характер развития. При этом автор уделял особое внимание тому, что высшая известная форма организации базируется на высоком уровне самоуправления и децентрализации и получила название «бирюзовой организации» [4].

Как не удивительно, но именно «бирюзовые» организационные системы позволяют полноценно раскрывать потенциал инновационного развития и реализовать так называемые стратегии «голубых океанов»,

т.е. находить решения на стыке повышения ценности продуктов и услуг и снижения их издержки, тем самым повышая их доступность [5].

Становится, очевидно, что классический подход полувековой давности с использованием научно-исследовательских центров как центров генерирования инноваций уходит в прошлое. Это не означает отказ от их полного использования, но их роль видоизменяется, им отводится роль центров фундаментальных разработок, а вот вопросы коммерциализации и продвижения требуют нового подхода, который все сложнее реализовать, применяя классические иерархические принципы управления.

В эпоху высокой глобальной конкуренции, информационной активности и открытости, возрастающей роли не ценовых факторов конкуренции, повышения неопределенности внешней среды и учета личностных факторов, как при управлении персоналом, так и при взаимодействии с клиентами, требуется применять более гибкие инструменты управления, в том числе выстраивания управленческих процессов в целом в организации. Это особенно актуально, для инновационных организаций, где требуется активизировать творческую работу, нацеленную на результат.

Очевидно, что роль современных руководителей, учредителей и инвесторов меняется в сторону консультационной деятельности, направленной на поддержание работоспособности малых команд, наделению этих команд высокими полномочиями и свободами в принятии решений. При этом требуется снижать традиционную функцию контроллинга до достаточного и необходимого уровня, не закливаясь на малоэффективных инструментах управления (годовые бюджеты, планы продаж, нормы выработки, прогнозы, планы повышения эффективности и т.д.).

Данная модель поведения была характерна для малых, начинающих предприятий, где степень свободы и творческая инициатива высоко поощрялась, а ошибки нивелировались новыми прорывами и открытиями. Но уже сейчас наблюдаются попытки масштабирования подобной модели организационного поведения и проектирования до уровня крупных корпораций. Современные методы гибкого

проектного управления, Agile-модели управления являются первыми попытками разрешения классических организационных проблем.

В заключение следует отметить следующее: руководителям и учредителям инновационных организаций требуется менять свой образ мышления с классической модели доминирования, на модель равноправных партнеров, децентрализуя собственную власть и значимость и передавая управленческие функции малым командам, поддерживая и обеспечивая высокую самоорганизацию, самодисциплину, ответственность на результаты своего труда. Продвигая идеи внутреннего консультирования, как форму операционного управления и стратегического развития инновационных организаций.

Список литературы

1. Структурные аспекты торговой политики России. тез. докл. к XX Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9–12 апр. 2019 г. / Ю.В. Симачев (рук. авт. кол.), А.В. Данильцев, А.А. Федюнина и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. 53 с.
2. Сможет ли Россия конкурировать? История инноваций в царской, советской и современной России / Лорен Грэхэм; пер. с англ. Ю. Константиновой. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 290 с.
3. Погодина И.В., Авдеев Д.А. Современные технологии как средство вовлечения граждан в нормотворческую деятельность. [электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42997029> (дата обращения 04.02.2021).
4. Открывая организации будущего / Фредерик Лалу; пер. с англ. В. Кулябиной. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. 432 с.
5. Рене Моборн, Ким Чан. Стратегия голубых океанов. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков. [электронный ресурс] URL: <https://www.litres.ru/rene-moborn/strategiya-golubogo-okeana/> (дата обращения 04.02.2021).

References

1. Structural aspects of Russia's trade policy. abstracts for the XX Apr. international Scientific Conference. on problems of economic and social

- development, Moscow, 9-12 Apr. 2019 / Yu.V. Simachev(ruk. av. kol.), A.V. Daniltsev, A.A. Fedyunina, etc.; Nat. research. Higher School of Economics, Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics, 2019. 53. p.
2. Will Russia be able to compete? The History of innovations in Tsarist, Soviet and modern Russia / Lauren Graham; translated from the English by Yu. Konstantinova. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber, 2014. 290 p.
 3. Pogodina I.V., Avdeev D.A. Modern technologies as a means of the involvement of citizens in law making activities. [electronic resource] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42997029> (accessed 04.02.2021).
 4. Opening the organizations of the future / Frederick Lалу; translated from the English by V. Kulyabina-M.: Mann, Ivanov and Ferber, 2016. 432 p.
 5. Rene Mauborgne, Kim Chan. Blue Ocean strategy. How to create uncontested market space and make the Competition Irrelevant. [electronic resource] URL: <https://www.litres.ru/rene-moborn/strategiya-golubogo-okeana/> (accessed 04.02.2021).

ДААННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Трунин Григорий Александрович, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансовое право и таможенная деятельность»

*Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
trunin_gr@mail.ru*

DATA ABOUT THE AUTHOR

Trunin Grigory Aleksandrovich, Ph. D., associate Professor of the Department of Financial law and customs

*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
trunin_gr@mail.ru*

УДК 336.581

**УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ
СТРОИТЕЛЬСТВА ФЕЛЬДШЕРСКО-АКУШЕРСКИХ
ПУНКТОВ ВО ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ:
ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ**

Трунин Г.А.

В статье рассмотрены результаты научного исследования основных причин задержек строительства ФАП на примере Владимирской области. Предложены решения преодоления задержек реализации строительства ФАП в других регионах.

Ключевые слова: инвестиции; ФАП; проектный менеджмент; медицина; Agile.

**MANAGEMENT OF INVESTMENT
PROJECTS FOR THE CONSTRUCTION OF PARAMEDIC
AND MIDWIFERY STATIONS IN THE VLADIMIR
REGION: PROBLEMS AND SOLUTIONS**

Trunin G.A.

The article presents the results of research of the main causes of delays in the construction of the MAOP on the example of the Vladimir region. Solutions to overcome delays in the implementation of the construction of MAOP in other regions are proposed.

Keywords: investment; MAOP; project management; medicine; Agile.

Концепция развития фельдшерско-акушерских пунктов (ФАП) стала основной базой развития первичной медико-санитарной помощи в труднодоступных и отдаленных местностях. Данным тип медицинских учреждений основан на малых командах специалистов, призванных решать широкий круг лечебно-профилактических и санитарно-противо-

эпидемических задач на местах. При этом реализация национального проекта «Здравоохранение» делает ставку развитие ФАП [1], несмотря на их общее сокращение с 2005 года на 22% по сравнению с 2020 года. Однако уже к концу 2020 года стало известно, что программа ввода ФАП в эксплуатацию была сорвана по всей России [2].

На примере Владимирской области было проведено исследование причин срыва ввода 30 запланированных ФАП в эксплуатацию в 2020 году. К началу 2021 года удалось ввести только 15 объектов, а полностью укомплектовать только 9 объектов (рисунок 1).



Рис. 1. Результаты строительства ФАП во Владимирской области, шт.

Удалось ввести в эксплуатацию только 50% объектов ФАП от запланированных в 2020 году, из них удалось полностью оснастить и профинансировать только 9 объектов, т.е. 30% объектов ФАП полностью оснащены и готовы к полноценной эксплуатации.

На стадии завершения находятся 40% объектов ФАП (12 объектов). При этом на 75% (9 объектов) из них были обнаружены различные нарушения условий контракта и осуществлены штрафные санкции (на сумму 3,279 млн. рублей) и вскрыты банковские гарантии (на сумму 14,525 млн. рублей). По имеющимся нарушениям были проведены исследования не выполненных работ, которые обобщены по группам на рисунке 2.

Основные нарушения (89%) связаны с монтажом внутренних инженерных сетей, электроснабжения, освещения, связи, пожарной сигнализации, системы отопления, технического (включая медицинское) оборудования. В 78% случаев не выполнены работы по обеспечению мероприятий для маломобильных групп населения и организации малых архитектурных форм. В 56% случаев выявлены нарушения с монтажом сетей водоснабжения и канализации.

Этапы не выполненных работ	Количество выявленных нарушений								Доля среди выявленных нарушений по ФАП	Доля среди введенных в эксплуатацию	
	1	2	3	4	5	6	7	8			
Монтаж ФАП										33%	20%
Ограждение территории	1									11%	7%
Благоустройство и озеленение	1	2								22%	13%
Внутренние инженерные сети	1	2	3	4	5	6	7	8		89%	53%
Электроснабжение и освещение	1	2	3	4	5	6	7	8		89%	53%
Сети водоснабжения и канализации	1	2	3	4	5					56%	33%
Связь и пожарная сигнализация	1	2	3	4	5	6	7	8		89%	53%
Система отопления	1	2	3	4	5	6	7	8		89%	53%
Техническое оборудование	1	2	3	4	5	6	7	8		89%	53%
Мероприятие для МГН	1	2	3	4	5	6	7			78%	47%
Малые архитектурные формы	1	2	3	4	5	6	7			78%	47%
Площадка для сбора ТБО	1									11%	7%
Пусконаладочные работы	1	2								22%	13%

Рис. 2. Количество нарушений по объектам ФАП Владимирской области

Детальное изучение отчетов по строительству ФАП, информации из СМИ, а также интервьюирование отдельных экспертов позволило выявить ряд ключевых причин и проблем задержек строительства ФАП во Владимирской области, а также возможных путей решения. Основные выявленные причины срывов или задержек строительства ФАП во Владимирской области представлены на рисунке 3.

Ключевой причиной можно считать поздние сроки получения ПСД. Так во Владимирской области по 14 ФАП ПСД были получены только в 3 квартале 2020 года, по 3-м ФАП только в октябре, а по 4-м объектам ПСД так и не были разработаны. Кроме того, ряд

ПСД были подготовлены с существенными ошибками и недоработками, что привело к увеличению сроков строительства. Это также привело к необходимости выполнения дополнительных работ, что также повлияло на инвестирование и сроки строительства ФАП.

Все эти причины являются следствием не эффективных методов управления. Предлагается использовать гибкие методы проектного управления (Agile-подход) не только на стадии строительства, но и на подготовительном этапе, отслеживая степень готовности и внося оперативные корректировки в ПСД, структуру работ и сам проект, а также выполняя работы в малых командах с соответствующими полномочиями.



Рис. 3. Ключевые причины задержки строительства ФАП во Владимирской области

Сложность выбора подрядных организаций наблюдалась по 21 ФАП, по которым контракты были заключены только во втором полугодии 2020 года (сентябрь – 12 контрактов; октябрь – 6, декабрь –

3). Ключевая ошибка связана с включением закупки технического и медоборудования в контракты и возложения этих функций на строительные организации, которые испытали существенные сложности с реализацией не типичной задачи. Все остальные причины являются следствием.

Однако среди объективных причин, можно отметить задержки поставок строительных материалов (время исполнения заказа 2-3 недели), которые наблюдались в целом по рынку в связи с ограничительными мерами. Следует также ожидать срыва сроков работ в 2021 году в связи с резким ростом цен на сталь, отдельные строительные материалы и логистику.

Отдельно стоит выделить малоэффективные и дорогие архитектурно-конструктивные решения, основанные на модульности конструкции, т.к. применение более традиционных методов строительства могло на порядок повысить скорость выполнения работ. Более того, применение типового проекта ФАП с различными модификациями могло помочь избежать возникших проблем с ПСД. В заключение также стоит отметить и проблемы ФАП в области дальнейшей эксплуатации, а именно в оснащении медицинскими кадрами, оплате труда, профессиональной квалификации и других факторов [3].

Таким образом, задержки строительства ФАП во Владимирской области обусловлены комплексными проблемами, которые упираются в устаревшие методы управления и неудачные архитектурно-конструктивные решения по проектам ФАП и как следствие подготовки ПСД.

Список литературы

1. Паспорт национального проекта «Здравоохранение». [электронный ресурс] URL: <http://government.ru/info/35561/> (дата обращения 07.02.2021).
2. Полухина М.Г. Формирование доступности медицинского обслуживания на селе как ключевого элемента устойчивого развития. [электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41868676> (дата обращения 07.02.2021).
3. Бархагова Т.В., Погодина И.В. Оплата труда медицинских работников: правовое регулирование и практика [электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25946669> (дата обращения 07.02.2021).

4. Ивановский О.И., Гусев М.В., Зубарев Ю.Ф., Дрокин А.В. Прединвестиционная подготовка проектов, связанных с развитием государственных объектов медицинского назначения в сельских районах Новосибирской области. [электронный ресурс] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29185580> (дата обращения 07.02.2021).

References

1. Passport of the national project «Healthcare». [electronic resource] URL: <http://government.ru/info/35561/> (accessed 07.02.2021)
2. Polukhina M.G. Formation of accessibility of medical services in rural areas as a key element of sustainable development. [electronic resource] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41868676> (accessed 07.02.2021).
3. Barkhatova T.V., Pogodina I.V. Remuneration of medical workers: legal regulation and practice [electronic resource] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25946669> (accessed 07.02.2021).
4. Ivaninsky O.I., Gusev M.V., Zubarev Y.F., Drokin A.V. Pre-investment preparation of projects related to the development of public health facilities in the rural areas of the Novosibirsk region. [electronic resource] URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29185580> (accessed 07.02.2021).

ДАНИЕ ОБ АВТОРЕ

Трунин Григорий Александрович, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансовое право и таможенная деятельность» *Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия*
trunin_gr@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Trunin Grigory Aleksandrovich, Ph. D., associate Professor of the Department of Financial law and customs
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
trunin_gr@mail.ru

УДК 339.13

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Штебнер С.В.

Статья посвящена анализу маркетинговых коммуникаций организации, изучено влияния рекламы и продвижения товаров и услуг на повышение конкурентоспособности организации, а также рассмотрены основные тенденции развития маркетинговых коммуникаций.

Ключевые слова: *маркетинг; коммуникации; реклама; продвижение.*

MARKETING COMMUNICATIONS OF THE ORGANIZATION

Shtebner S.V.

The article is devoted to the analysis of marketing communications of the organization, the influence of advertising and promotion of goods and services on improving the competitiveness of the organization, as well as the main trends in the development of marketing communications.

Keywords: *marketing; communications; advertising; promotion.*

Одним из важнейших направлений в деятельности любой современной организации является развитие маркетинговых коммуникаций. На сегодняшний день сеть Интернет активным образом влияет на осуществление деятельности компаний в России, которая меняет стиль и стратегию ведения бизнеса, его внешний облик в целом, предоставляя новые возможности для развития бизнеса и уникальные технологии для расширения клиентской базы и росту продаж. Стремительно растущая аудитория в сети Интернет России является новым рынком сбыта для предприятия самого разного профиля. Отсутствие территориальных барьеров для рекламы и

распространения товаров и услуг создает обширное поле сбыта и продвижение товара.

Основные виды маркетинговых коммуникаций представлены на рисунке 1:



Рис. 1. Виды маркетинговых коммуникаций

Целью внешней коммуникации является донесение до потенциальных потребителей информации о компании, брендах, товарах/услугах. Это делается с помощью таких инструментов, как реклама, связи с общественностью, а также с помощью стимулирования сбыта. Если говорить об интерактивных коммуникациях, то это взаимоотношения между персоналом организации и потребителями в процессе обсуждения товаров и услуг, при приобретении товара или услуги, а также при послепродажном обслуживании. Здесь инструментами является личная продажа, формирование лояльности,

а также адресные инструменты прямого маркетинга. Коммуникации внутри компании оказывают непосредственное влияние на качество и эффективность внешних и интерактивных коммуникаций, посредством взаимодействия между подразделениями.

К познавательным целям рекламы относятся популярность, престижность, а также узнаваемость бренда. Эмоциональные – это, прежде всего, эстетическое удовольствие, восхищение, а также привязанность к бренду или компании в целом. Поведенческие цели представляют собой толчок к пробным покупкам, рост интенсивности потребления, усиление преданности бренду. Еще одна цель – коммуникативная, благодаря которой потенциальные потребители знакомятся с новым товаром/торговой маркой/компанией. И последняя цель – экономическая. Здесь происходит расширение сбыта продукции, формирование потребности в товаре, стимулирование спроса, а также рост товарооборота.

Следующий вид маркетинговых коммуникаций – стимулирование сбыта. Под данным термином имеют в виду разработка мероприятий по ускорению восприятия товара или услуги потенциальными потребителями. К ним относятся конкретные меры поощрения покупателей за приобретение продукции.

Третий вид маркетинговых коммуникаций – связи с общественностью. Данная деятельность взаимосвязана с формированием положительного мнения общественности в отношении продукции компании с помощью организации всевозможных презентаций, семинаров, публикаций в прессе. Этот вид маркетинговых коммуникаций реализуется через организацию всевозможных презентаций, брифингов, пресс-конференций, приемов, а также дней открытых дверей.

Четвертый вид маркетинговых коммуникаций – личные продажи. Так, организация совещаний заключается в том, что представители компании-продавца собирают встречи одновременно с несколькими независимыми покупателями для того, чтобы обсудить проблемы, касательно продаваемой продукции. Проведение торговых семинаров представляет собой проведение познавательных семинаров для персонала компаний-покупателей, предоставление информации об инновационных разработках, новинках, а также способах их использования.

Также существует брэнддинг, целью которого является формирование устойчивых брендинговых потребительских ассоциаций в рамках выбранного позиционирования, увеличение узнаваемости и по возможности формирование лояльности потребителей.

И последний вид маркетинговых коммуникаций – программы лояльности, направленные на стимулирование продаж товаров/услуг. К ним относятся не только карты лояльности и бонусные программы, но и особые условия для постоянных клиентов и подарки.

Значение маркетинговых коммуникаций в последний период времени значительно возросло. Для того чтобы получить максимальную эффективность маркетинговых коммуникаций, нужно иметь качественное функционирование внешних, внутренних, а также интерактивных коммуникаций. Таким образом, для достижения поставленных целей маркетинговые коммуникации должны быть интегрированными и работать «заодно» не только друг с другом, но и со всеми элементами комплекса маркетинга.

Таким образом, грамотное применение маркетинговых коммуникаций в организации является эффективным, их реализация позволит повысить объем продаж, укрепить конкурентные позиции, а также увеличить свою долю на рынке.

Список литературы

1. Герасимов Б.И. Маркетинговые исследования рынка: учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. Москва: Форум: ИНФРА-М, 2020. 336 с.
2. Рекламная деятельность: учебник / под ред. В.Д. Секерина. М.: ИНФРА-М, 2018. 282 с.
3. Российский рынок интерактивной рекламы 2017–2020 гг. Исследование IAB Russia и PwC

References

1. Gerasimov B.I. Marketingovyie issledovaniya rynka: uchebnoe posobie / B.I. Gerasimov, N.N. Mozgov. Moskva: Forum: INFRA-M, 2020. 336 s.

2. Reklamnaya deyatel'nost' : uchebnik / pod red. V.D. Sekerina. M.: INFRA-M, 2018. 282 s.
3. Rossijskij rynek interaktivnoj reklamy 2017–2020 gg. Issledovanie IAB Russia i PwC

ДААННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Штебнер Светлана Вячеславовна, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
shtebner@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Shtebner Svetlana Vyacheslavovna, Senior lecturer of management and marketing
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
shtebner@mail.ru
ORCID: 0000-0001-5896-5831

УДК 349.41

СТРУКТУРА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО НАВЫКА ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ СУДОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Шумов П.В., Кулакова О.С.

Современное понимание профессионализма государственных служащих судов с точки зрения авторов должно состоять из базовых умений «hardskills» (обязательные) и «softskills» (дополнительные), фундаментальной основой которых являются компетенции «4К».

Ключевые слова: *принцип профессионализма; судебная система; «hardskills»; «softskills»; компетенции «4К».*

PROFESSIONAL SKILL STRUCTURE OF RUSSIAN FEDERATION STATE SERVANTS

Shumov P.V., Kulakova O.S.

Author's point of view is that modern understanding of courts state servants professionalism should consist of basic skills «hardskills» (mandatory) and «softskills» (additional), and the «4K» competence as the fundamental basis.

Keywords: *professionalism; judicial system; «hard skills»; «soft skills»; «4K» competence.*

Любая деятельность представителей юридического сообщества носит строго профессиональный характер. Базовым требованием к кандидату на замещение должности по юридической специальности является диплом об образовании. Таким образом, стать частью юридического сообщества, не обладая профессиональными компетенциями невозможно.

Применительно к судоустройству Российской Федерации принцип профессионализма выступает основой построения качественной системы правосудия. Согласно положениям ст. 11 №1-ФКЗ «О судебной системе Российской Федерации» судьями являются лица, выполняющие свои обязанности на профессиональной основе. Согласно ст.1 Закона РФ «О статусе судей в РФ» требования, предъявляемые к судьям, составляют комплекс положений, которые, на наш взгляд, непосредственно говорят о высоком профессионализме. При этом, в «Кодексе судейской этики», содержится Глава 3, носящая название «Принципы и правила профессионального поведения судьи». Данные положения требуют от судей осуществлять свою деятельность в соответствии с установленными принципами права, опираясь на свой профессионализм. Таким образом, в результате применения грамматического, логического, формально-юридического толкования источников российского права, регулирующего сферу отправления правосудия, видится разумным говорить о профессионализме как о принципе деятельности судебных органов современной России.

Под принципом профессионализма судьи нами понимается отправление правосудия компетентными лицами, получившими высшее юридическое образование, способными объективно, разрешать юридическое дело, основываясь на нормах права, учитывая все фактические обстоятельства конкретной ситуации, а также руководить производством судебного разбирательства при участии присяжных и арбитражных заседателей. При этом качественное функционирование судебного органа зависит от деятельности не только судьи, но и иных сотрудников аппарата суда: секретарей судебного заседания, помощников, технических специалистов. С нашей точки зрения, принцип профессионализма распространяется на всех сотрудников судебного органа, что предопределяет наличие специальных компетенций у каждого из них.

Применительно к судейскому сообществу профессиональными навыками безусловно являются анализ права, толкование судебной практики и научной литературы, составление филологически

и юридически грамотных процессуальных документов. Однако, в условиях трансформации общественной жизни, повсеместной информатизации и цифровизации в принцип профессионализма, на наш взгляд, должны быть включены не только традиционные компетенции, которые принято называть «hard skills», но и широкий комплекс умений нового порядка, получивших название «soft skills» или «надпрофессиональные навыки».

Современные надпрофессиональные или универсальные навыки необходимые сотрудникам судебных органов представляют собой комплекс умений, в состав которого входят три взаимосвязанные группы: способности, базовые навыки и кросс-функциональные навыки. Фундаментальной основой надпрофессиональных умений является комплекс компетенций «4К»-модель представляющая собой совокупность надпрофессиональных умений, состоящая из креативности (Creativity), критического мышления (Critical Thinking), коммуникации (Communication), коллаборации (Collaboration). Каждая из названных категорий отвечает за определённый набор навыков, необходимых современному сотруднику судебного органа. Работа суда напрямую зависит от качества командной работы, где каждый специалист будет брать на себя конкретные задачи, отвечать за их выполнение и при необходимости оказывать помощь своим коллегам. Очевидно, что каждый член коллектива органа правосудия должен уметь выстраивать эффективную коммуникацию, взаимодействовать не только с сотрудниками суда, но и с участниками процесса. Не менее важными навыками выступает креативность и критическое мышление. Бесспорно, профессиональная судебная деятельность требует от судей умения анализировать действующие положения права, экстраполировать самостоятельно сделанные выводы, разрешая конкретный спор. Однако, на наш взгляд, развитое критическое и креативное мышление необходимо и иным работникам суда. Ежедневные задачи коллектива судебного органа связаны не только с выполнением рутинных задач по обеспечению документооборота, но и с поиском оптимальных решений по оптимизации рабочего процесса.

Таким образом, с нашей точки зрения, принцип профессионализма в отправлении правосудия пронизывает деятельность не только судей, как представителей государственной власти, но и сотрудников, обеспечивающих судебную систему. На сегодняшний день, современное состояние общества обуславливает значительные изменения в понимании профессиональности, включая в этот термин не только базовые компетенции, присущие работнику суда, но и навыки, позволяющие ему эффективно коммуницировать и взаимодействовать с другими людьми, находить оптимальные решения поставленным задачам.

Список литературы

1. Аникеев И.В., Шумов П.В. Эффективность судебного процесса // Бюллетень науки и практики. 2019. Т. 5. №6. С. 425–43.
2. Прокудина Л.А. Участие аппарата суда в осуществлении судебной деятельности // Право. Журнал Высшей школы экономики. 2009. №3. С. 50–56.
3. Binley M., Erstad O., Herman J., Raizen S., Rumble M. Draft White Paper 1. Defining 21stcenturyskills. 2010. 65 p.
4. Kaburise Ph. Improving soft skills and communication in response to youth unemployment // International Journal of African Renaissance Studies – Multi-, Inter- and Transdisciplinarity. 2016. № 11 (2). P. 87–101.

References

1. Anikeev V.I., Shumov P. V. Efficiency of the judicial process // Bulletin of science and practice. 2019. Vol. 5 No. 6, pp. 425–43.
2. Prokudina L. A. Participation of the court apparatus in the implementation of judicial activities // Right. Journal of the Higher School of Economics. 2009. No. 3, pp. 50–56.
3. Binley M., Erstad O., Herman J., Raizen S., Rumble M. Draft White Paper 1. Defining 21st century skills. 2010.65 p.
4. Kaburise Ph. Improving soft skills and communication in response to youth unemployment // International Journal of African Renaissance Studies – Multi-, Inter- and Transdisciplinarity. 2016. № 11 (2). P. 87–101.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Шумов Петр Владимирович, доцент кафедры гражданского права и процесса, кандидат юридических наук
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
pshumov@gmail.com

Кулакова Ольга Сергеевна, юрист компании «Егоров Консалтинг», магистр Юридического института
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
okulakova19@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Shumov Petr Vladimirovich, Associate Professor of the Department of Civil Law and Procedure, Candidate of Legal Sciences
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
pshumov@gmail.com

Kulakova Olga Sergeevna, lawyer, master of the Law Institute
Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
okulakova19@mail.ru

УДК 331.1

О КАДРОВОЙ ПОЛИТИКЕ СОВРЕМЕННОЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Щека А.А.

Статья посвящена рассмотрению общей задачи формирования кадровой политики современной торговой организации. Рассмотрены факторы формирования кадровой политики на современном этапе.

Ключевые слова: *кадровая политика; торговая организация; механизм формирования; структура; управление персоналом.*

ABOUT THE PERSONNEL POLICY OF A MODERN TRADE ORGANIZATION

Shcheka A.A.

The article is devoted to the consideration of the general problem of forming the personnel policy of a modern trade organization. The factors of personnel policy formation at the present stage are considered.

Keywords: *personnel policy; trade organization; formation mechanism; structure; personnel management.*

Система правил, которая лежит в основе деятельности торговой организации, в соответствии с которой осуществляют свою деятельность все участники торгового и административного процессов, происходящих в торговле принято называть политикой организации, а та её часть, которая отражает общую концепцию взаимосвязей сотрудников с самой организацией и концепцией её развития называют кадровой политикой.

Кадровая политика торговой организации находится в самом сердце общей политики компании, осуществляя роль транзитёра сложных

взаимоотношений различных аспектов деятельности организации, таких как: экономика, информационная деятельность и обеспечение, научно-техническая и технологическая система, социальная политика, организация производства и торговли в организации.

Кадровая политика торгового предприятия включает в себя широкий спектр глубоких по своей природе нормативов и процессов, выступающих фундаментом устойчивого роста любого торгового предприятия, к ним относятся:

- информационное обеспечение системы управления персоналом, построенная на мониторинге и своевременном устранении информационного дефицита как в системе управления персоналом, так и непосредственно у персонала;
- правовое обеспечение управления персоналом, проявляющееся в создании прозрачной, соответствующей нормам трудового права, системы найма, обучения и работы персонала в торговой организации;
- элементы мотивации и стимулирования, которые является обязательным элементом любой современной системы управления персоналом, выступающей в качестве естественного побудителя сотрудника к интенсификации трудовой деятельности и получения ожидаемого вознаграждения;
- система обеспечения условий труда, способствующих повышению эффективности деятельности сотрудников торговой организации и максимальному раскрытию их талантов;
- подсистема трудовых отношений, выстроенная на элементах межличностного общения и призванная сглаживать конфликтные ситуации, и побуждать к взаимному уважению и терпимости;
- подсистема планирования, найма и учёта персонала, призванная решить задачу по гармонизации качественного и количественного состава организации, причём такого состава, который мог бы обеспечить качественный интенсивный рост компании при любых изменениях внешнего окружения торговой организации.

Несомненно, как и организация в целом, её стратегия и политики находятся под сильнейшим давлением окружающей среды, как ближнего, так и дальнего окружения. В том случае, когда не идёт речи о внутренних факторах, на первый план выходят такие факторы как:

- Нормы, правила, нормативные требования и ограничения;
- Ситуация на рынке труда в целом;
- Государственная политика в сфере обеспечения занятости;
- Государственная политика в сфере образования и прочие.

Масштаб компании определяет первичный спрос на торговый персонал, на кадры, имеющие опыт в организации торгового процесса, включающего обслуживание в торговом зале, работу на складе, товароведение и прочие смежные с торговым процессом виды работ. Кадровая политика организации, заложенная на начальной стадии формирования стратегии компании, формирует облик компании как работодателя, а, следовательно, отражается на привлекательности её для потенциальных сотрудников и работников.

Механизм формирования кадровой политики предусматривает прежде всего наличие ключевых, системообразующих принципов в части привлечения персонала, обеспечения стабильности его численности и состава, на сохранение и развитие сложившихся коллективов. Несмотря на то, что магазины торговой сети «Кари» представляются покупателям ничем кроме обувного магазина, а привлекательность их для работы может казаться сомнительной, в действительности компания представляет собой крупный торговый холдинг, обладающий всеми характерными чертами, присущими крупным современным компаниям. Текущее состояние кадров в компании отнюдь не связана с неудовлетворительными условиями работы, это скорее связано с человеческим фактором, а именно способностью и склонностью людей к выполнению тех или иных видов работ. Современные торговые компании предлагают своим сотрудникам условия работы и такой уровень заработной платы, которые в совокупности с гибкостью режима работы, а также соблюдением баланса труда и отдыха сотрудников позволяют не только обеспечивать достойный уровень жизни, но и следовать вектору развития персонала.

Механизм формирования рассматривается как некая последовательность действий по выполнению определенных и конкретизированных этапов создания кадровой политики. В работе рассмотрены 2 варианта механизма формирования кадровой политики торговой организации, с одной стороны, это тот вариант который может быть предложен управленческой командой, одним из членов которой является руководитель кадровой службы, а с другой стороны тот вариант, который может быть предложен непосредственно руководителем кадровой службы, как лицом, имеющим прямой непосредственный контакт с сотрудниками и представляющим кадровую ситуацию изнутри без осуществления крупных диагностических обследований персонала компании. Так или иначе, механизм формирования кадровой политики представляет собой совокупность действий, выстроенных в особом порядке, систематизированных и целеориентированных. Наиважнейшим элементом кадровой политики выступает элемент, связанный с финансовым обеспечением как самого процесса формирования кадровой политики, так и с обеспечением ресурсами самой системы управления персоналом, которая включает не только непосредственно заработную плату, но и компоненты социального пакета и социальных гарантий.

Эффективная система мотивации и стимулирования работников столь же важна, как и ценовая и ассортиментная политики компании, поскольку непосредственно влияет на объёмы продаж. Как и прочие элементы системы кадровой политики эти компоненты взаимосвязаны, а сама система не может существовать и эффективно работать при отсутствии их или их недостаточном уровне проработанности.

Список литературы

1. Рудюк И.В., Степанова И.Н. Мониторинг и системы контроля за деятельностью персонала [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://www.kadrovik.org/monitoring-i-sistemy-kontrolya-za-deyatelnostyu-personala> (дата обращения 04.02.2021 г.).
2. Мешков Д.Н. Мотивация персонала как необходимый элемент организации труда: отечественный и зарубежный опыт. Наука Красноярья, Том 8, Номер 3-3, 2019 г, стр. 44–53.

References

1. Rudyuk I.V., Stepanova I.N. Monitoring and control systems for personnel activities [Electronic resource]. Access mode <https://www.kadrovik.org/monitoring-i-sistemy-kontrolya-za-deyatelnostyu--personala> (accessed 04.02.2021).
2. Meshkov Denis Nikolaevich. Personnel motivation as a necessary element of labor organization: domestic and foreign experience. Krasnoyarsk science Volume: 8, number: 3-3, Year: 2019. Pages: 44–53.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Щека Алексей Александрович, к.э.н., доцент, доцент кафедры
Финансовое право и таможенная деятельность
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
brick_vlad@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Shcheka Aleksei Aleksandrovich, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor at the Department of Finance Law and
Customs Business
*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
brick_vlad@mail.ru
ORCID: 0000-0002-0656-6457

УДК 331.1

**ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ
ПЕРСОНАЛОМ В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ***Щека А.А.*

Статья посвящена механизму формирования кадровой политики современной торговой организации. Рассмотрены ключевые процессы, требования, правила управления персоналом.

Ключевые слова: *кадровая политика; торговая организация; механизм формирования; процессы; управление персоналом; требования; цели; задачи.*

**INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF PERSONNEL
MANAGEMENT IN A TRADE ORGANIZATION***Shcheka A.A.*

The article is devoted to the mechanism of forming the personnel policy of a modern trade organization. The key processes, requirements, and rules of personnel management are considered.

Keywords: *personnel policy; trade organization; formation mechanism; processes; personnel management; requirements; goals; tasks.*

Результаты анализа по наиболее актуальным направлениям в сфере управления персоналом ложатся в основу кадровой политики компании и являются информационной основой для составления прогнозных показателей.

Разработка кадровой политики предусматривает формализацию результатов виде документа и доведение содержательной сути этого документа до каждого сотрудника. Руководство современной торговой компании должно заботиться о том, чтобы содержание кадровой политики было изложено доступным языком и было понятно всем сотрудникам, независимо от уровня управления или подразделения. Из итогового документа рядовые сотрудники могут видеть перспективы своего положения в компании, требования к выполнению обя-

занностей, понимать действия руководства в отношении персонала. Руководители кадровых служб могут видеть кадровые процессы, протекающие в компании, обеспечивать корпоративные стандарты в части управления персоналом, осуществлять все стандартные функции менеджмента, единство подходов к реализации корпоративных решений в отношении к персоналу.

Формирование кадровой политики современной торговой организации является одной из фундаментальных проблемных зон в современной торговой и сбытовой системе. Динамичное развитие цифровой экономики требует применения инновационных инструментов не только на производстве, но и в торговых организациях. Формирование кадровой политики представляет собой задачу, решение которой не очевидно, а универсальных механизмов, способных решить проблемы крупных сетевых компаний не создано, что представляет собой проблему для развития современной инновационной компании.

В качестве объектов, в отношении которых применяются перечисленные выше инструменты и механизмы, применительно к магазинам торговых сетей выбираются:

1. Работа продавцов-консультантов и товароведов, выполнение плана продаж;
2. Сами продавцы-консультанты, их поведение на рабочем месте, черты их характера;

Применительно к магазинам торговых сетей были разработаны и широко применяются следующие элементы системы персонал технологий:

1. Наблюдение за поведением продавцов-консультантов и товароведов;
2. Проведение индивидуальных бесед и интервью с работниками магазинов;
3. Проведение собраний трудового коллектива и обсуждение рабочих моментов;
4. Осуществление внезапных аудитов работы персонала и применение технологии «тайного покупателя».

Выбранные инструменты используются с учётом особенностей поведения каждого человека. Цель использования выбранных инстру-

ментов как правило формулируется следующим образом: выявление и фиксация ошибок персонала магазина, их анализ и формирование мер по их предотвращению. Достижение поставленной позволяет приблизить реальные результаты продаж к запланированным.

Использование выбранных инструментов в торговых компаниях осуществляется в виде процесса, включающего в себя определение информации о текущем состоянии дел в магазине с последующим доведением её до работников магазинов и их руководства. Ключевыми данными при этом являются сведения о выполнении плана. Предполагается, что реализация такого процесса позволит не только выявить причины неудач, но и найти способы улучшения работы продавцов и коррекции их профессионального поведения.

Использование перечисленных выше инструментов и реализация описанного процесса есть часть системы обеспечения кадровой политики, которая позволяет не только руководству, но и самому работнику узнать, насколько хорошо он трудится, яснее увидеть стоящие перед ним задачи; они оказывают влияние на отношение к делу, на желание добиться наилучших результатов.

Одна из особенностей предложенной системы состоит в том, что процесс должен осуществляться каждым линейным руководителем. Таким образом, становится возможным выполнение единых стандартов на всех уровнях.

Рассматриваемый процесс предлагается осуществлять в несколько этапов:

- установление стандартов профессионального поведения продавцов-консультантов и товароведов;
- сопоставление реальных результатов с установленными стандартами посредством мониторинга и измерения;
- сбор, обработка, передача и распространение информации, касающейся положения дел в магазине;
- оценка результатов работы коллектива в целом и каждого сотрудника в отдельности;
- принятие решения о дальнейших действиях, и выбор способов корректировки поведения;
- устранение ошибок;

- пересмотр стандартов, рефлексия.

Последовательная реализация перечисленных этапов позволяет упорядочить и систематизировать процессы управления персоналом в торговой организации и успешно реализовывать процесс внедрения кадровой политики.

Список литературы

1. Стрельцов Р.С. Проблемы экономического развития малых инновационных предприятий. Экономика и предпринимательство. 2017. № 8-3 (85). С. 417–419.
2. Погодина И.В. Опционы и бонусы для мотивации топ-менеджмента. Мотивация и оплата труда. 2013. № 2. С. 106–110.

References

1. Streltsov R.S. Problems of economic development of small innovative enterprises. Economics and Entrepreneurship. 2017. No. 8-3 (85), pp. 417–419.
2. Pogodina I.V. Options and bonuses for motivating top management. Motivation and remuneration. 2013. No. 2, pp. 106–110.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Щека Алексей Александрович, к.э.н., доцент, доцент кафедры
Финансовое право и таможенная деятельность
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени
Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
brick_vlad@mail.ru*

DATA ABOUT THE AUTHOR

Shcheka Aleksei Aleksandrovich, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor at the Department of Finance Law and Customs Business
*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
brick_vlad@mail.ru
ORCID: 0000-0002-0656-6457*

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

(<http://kras-science.ru/>)

Цель журнала – создание профессиональной площадки для обсуждения комплексной проблематики по вопросам международной и социально-экономической политики, экономики, управления, права и продвижения результатов российских научных исследований в глобальном научно-информационном пространстве.

Журнал «**Наука Красноярья**» осуществляет публикацию наиболее значимых научных работ, открывающих пути инновационной научно-практической деятельности, научно-исследовательских работ, разработок, инновационных программ и проектов для обеспечения конкурентных преимуществ экономики регионов России, а также результатов эмпирических исследований и экспериментов в сфере социально-экономической политики как в России, так и за рубежом. Особое внимание уделяется различным аспектам международного сотрудничества в области экономической теории, экономики, управления и права.

Требования к оформлению статей

Объем статей: 7–12 страницы формата А4, включая таблицы, иллюстрации, список литературы; для аспирантов и соискателей ученой степени кандидата наук – 7–9. Рукописи большего объема принимаются по специальному решению Редколлегии.

Поля все поля – по 20 мм.

Шрифт основного текста Times New Roman

Размер шрифта основного текста 14 пт

Межстрочный интервал полуторный

Отступ первой строки абзаца 1,25 см

Выравнивание текста по ширине

Автоматическая расстановка переносов включена

Нумерация страниц не ведется

Формулы в редакторе формул MS Equation 3.0

Рисунки по тексту

Ссылки на формулу (1)

Обязательная структура статьи**УДК****ЗАГЛАВИЕ** (на русском языке)

Автор(ы): фамилия и инициалы (на русском языке)

Аннотация (на русском языке)**Ключевые слова:** отделяются друг от друга точкой с запятой (на русском языке)**ЗАГЛАВИЕ** (на английском языке)

Автор(ы): фамилия и инициалы (на английском языке)

Аннотация (на английском языке)**Ключевые слова:** отделяются друг от друга точкой с запятой (на английском языке)

Текст статьи (на русском языке)

1. Введение.**2. Цель работы.****3. Материалы и методы исследования.****4. Результаты исследования и их обсуждение.****5. Заключение.****6. Информация о конфликте интересов.****7. Информация о спонсорстве.****8. Благодарности.****Список литературы**

Библиографический список по ГОСТ Р 7.05-2008

References

Библиографическое описание согласно требованиям журнала

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Фамилия, имя, отчество полностью, должность, ученая степень, ученое звание

Полное название организации – место работы (учебы) в именительном падеже без составных частей названий организаций, полный юридический адрес организации в следующей последовательности: улица, дом, город, индекс, страна (на русском языке)

Электронный адрес

SPIN-код в SCIENCE INDEX:

DATA ABOUT THE AUTHORS

Фамилия, имя, отчество полностью, должность, ученая степень, ученое звание

Полное название организации – место работы (учебы) в именительном падеже без составных частей названий организаций, полный юридический адрес организации в следующей последовательности: дом, улица, город, индекс, страна (на английском языке)

Электронный адрес

RULES FOR AUTHORS

(<http://kras-science.ru/en/>)

The mission of the journal is to create a professional space for discussing complex issues of international and socio-economic policy, economics, management, law and promoting the results of Russian scientific research studies in the global scientific information space.

Krasnoyarsk Science publishes the most significant scientific papers on innovative issues, research, development, innovative programmes and projects to foster economic growth of the Russian regions, results of empirical research and experiments in both Russian and international socio-economic policies. Special emphasis is made on various aspects of international cooperation in the field of economic theory, economics, management and law.

Requirements for the articles to be published

Volume of the manuscript: 7–24 pages A4 format, including tables, figures, references; for post-graduates pursuing degrees of candidate and doctor of sciences – 7–10.

Margins all margins – 20 mm each

Main text font Times New Roman

Main text size 14 pt

Line spacing 1.5 interval

First line indent 1,25 cm

Text align justify

Automatic hyphenation turned on

Page numbering turned off

Formulas in formula processor MS Equation 3.0

Figures in the text

References to a formula (1)

Article structure requirements

TITLE (in English)

Author(s): surname and initials (in English)

Abstract (in English)

Keywords: separated with semicolon (in English)

Text of the article (in English)

1. Introduction.

2. Objective.

3. Materials and methods.

4. Results of the research and Discussion.

5. Conclusion.

6. Conflict of interest information.

7. Sponsorship information.

8. Acknowledgments.

References

References text type should be Chicago Manual of Style

DATA ABOUT THE AUTHORS

Surname, first name (and patronymic) in full, job title, academic degree, academic title

Full name of the organization – place of employment (or study) without compound parts of the organizations' names, full registered address of the organization in the following sequence: street, building, city, postcode, country

E-mail address

SPIN-code in SCIENCE INDEX:

СОДЕРЖАНИЕ

СОСТОЯНИЕ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	
Абдуллаев Н.В.	6
МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОВЛЕЧЕНИЯ СУБЪЕКТОВ ФЕДЕРАЦИИ ВО ВНЕШНЕТОРГОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	
Аксенов И.А.	14
ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ИМПОРТА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ ДЛЯ ЛИЧНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ НА ТЕРРИТОРИЮ ЕАЭС	
Букилин В.В., Петров С.В.	19
МАЛЫЙ БИЗНЕС В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ	
Дигилина О.Б., Уланов Е.А.	24
ИНСТРУМЕНТЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА	
Ерлыгина Е.Г., Ромашова Д.Е.	38
ПРОБЛЕМА ВЫЯВЛЕНИЯ НЕЗАКОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, ОСУЩЕСТВЛЯЕМОГО ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ	
Земницкая А.К.	43
ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ТРАНСПОРТНЫМИ ПОТОКАМИ В СИСТЕМЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ	
Изюмова Н.Ю., Мухина И.И., Смирнова А.В.	49
К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ И ГАРАНТИЙ НА ДОСТОЙНЫЙ УРОВЕНЬ ЖИЗНИ	
Комолова М.В.	66
КОНЦЕПЦИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ НА ОСНОВЕ БЛОКЧЕЙН	
Кручинин И.Н., Хрипунова М.Б.	70
СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТОВАРОВ ПРОМЫШЛЕННОГО ХАРАКТЕРА	
Кудряков Р.И.	82
НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ РЕЖИМА СОВМЕСТНОЙ СОБСТВЕННОСТИ СУПРУГОВ	
Кулакова А.А., Королева В.	88

ОРГАНИЗАЦИЯ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ ЛОГИСТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Кулинская И.И.	93
УПРАВЛЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ- УЧАСТНИКОВ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Кулинская И.И.	98
СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЮЩИЕСЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ РОССИИ Ловкова Е.С., Мишачева Е.С.	102
ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ СВЯЗИ ЗЕМЕЛЬ ФЕДЕРАТИВНОЙ РЕСПУБЛИКИ ГЕРМАНИИ Манукян Г.А.	108
ТАМОЖЕННЫЕ ОРГАНЫ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Мешков Д.Н., Кузьмичева А.В.	112
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ И ЕЕ РЕГИОНОВ (НА ПРИМЕРЕ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ) Муравьева Н.В.	117
ПОЛНОМОЧИЯ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В ОБЛАСТИ ГРАЖДАНСКОЙ ОБОРОНЫ И ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ ОТ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЙ Новикова Ю.О., Масленников Д.Л.	124
ВЛИЯНИЕ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВЭД НА ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РФ Петров С.В., Рынцев Г.Ю.	129
СУЩНОСТЬ И СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ В РОССИИ Пылаева А.С.	134
ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ Пылаева А.С., Ермолова Д.В.	139
К ВОПРОСУ О ЦИФРОВОЙ ПОВЕСТКЕ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА Рудакова В.Ю.	144

ТАМОЖЕННОЕ ДЕКЛАРИРОВАНИЕ И ТАМОЖЕННЫЙ КОНТРОЛЬ ТОВАРОВ, ПОДЛЕЖАЩИХ ЦИФРОВОЙ МАРКИРОВКЕ Сальникова А.В.	151
ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВОЗДЕЙСТВИЯ МОТИВАЦИОННЫХ ФАКТОРОВ НА УСПЕШНОСТЬ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ Соловьева О.В.	156
МЕЖДУНАРОДНЫЙ АСПЕКТЫ КЛАСТЕРИЗАЦИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА Стрельцов Р.С.	166
АНАЛИТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА КЛАСТЕРОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ Стрельцов Р.С.	171
ЦИФРОВИЗАЦИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ Тесленко И.Б., Малышева Ю.В.	176
ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Трунин Г.А.	185
УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ СТРОИТЕЛЬСТВА ФЕЛЬДШЕРСКО-АКУШЕРСКИХ ПУНКТОВ ВО ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ Трунин Г.А.	190
МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ Штебнер С.В.	196
СТРУКТУРА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО НАВЫКА ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ СУДОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Шумов П.В., Кулакова О.С.	201
О КАДРОВОЙ ПОЛИТИКЕ СОВРЕМЕННОЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ Щека А.А.	206
ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ Щека А.А.	211
ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ	215

CONTENTS

THE STATE OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN RUSSIA IN MODERN CONDITIONS Abdullaev N.V.	6
METHODOLOGICAL FEATURES OF THE INVOLVEMENT OF FEDERATION SUBJECTS IN FOREIGN TRADE ACTIVITIES Aksenov I.A.	14
CUSTOMS AND TARIFF REGULATION WHEN IMPORTING CARS TO THE EAEU COUNTRIES Bukilin V.V., Petrov S.V.	19
SMALL BUSINESSES IN A PANDEMIC Digilina O.B., Ulanov E.A.	24
THE TOOLS OF MODERN MARKETING Erlygina E.G., Romashova D.E.	38
THE PROBLEM OF IDENTIFYING ILLEGAL ENTREPRENEURSHIP CARRIED OUT THROUGH SOCIAL NETWORKS Zebnitskaya A.K.	43
LOGISTIC APPROACH TO THE MANAGEMENT OF TRANSPORT FLOWS IN THE DISTRIBUTION SYSTEM Izyumova N.Yu., Mukhina I.I., Smirnova A.V.	49
ON THE ISSUE OF ECONOMIC DEVELOPMENT AND GUARANTEES FOR A DECENT STANDARD OF LIVING Komolova M.V.	66
THE CONCEPT BLOCKCHAIN-BASED VOTING SYSTEM Kruchinin I.N., Khripunova M.B.	70
STRATEGIES FOR THE PROMOTION OF INNOVATIVE INDUSTRIAL PRODUCTS Kudryakov R.I.	82
SOME ISSUES OF THE REGIME OF JOINT SPOUSES' PROPERTY Kulakova A.A., Koroleva V.	88
ORGANIZATION OF DISTRIBUTION LOGISTICS AT THE ENTERPRISE OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY Kulinskaya I.I.	93

LOGISTICS COST MANAGEMENT ENTERPRISES PARTICIPATING IN FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY	
Kulinskaya I.I.	98
MODERN MANAGEMENT METHODS USED BY SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE REGIONS OF RUSSIA	
Lovkova E.S., Mishacheva E.S.	102
FOREIGN ECONOMIC RELATIONS OF THE FEDERAL REPUBLIC OF GERMANY	
Manukyan G.A.	108
CUSTOMS AUTHORITIES IN THE SECURITY SYSTEM ECONOMIC SECURITY OF THE RUSSIAN FEDERATION	
Meshkov D.N., Kuzmicheva A.W.	112
THE CURRENT STATE OF THE TOURISM INDUSTRY IN RUSSIA AND ITS REGIONS (ON THE EXAMPLE OF THE VLADIMIR REGION)	
Muravyeva N.V.	117
CREDENTIALS OF STATE AUTHORITIES OF THE CONSTITUENT ENTITIES OF THE RUSSIAN FEDERATION AND LOCAL SELF-GOVERNMENT BODIES IN THE FIELD OF CIVIL DEFENSE AND PROTECTION OF THE POPULATION FROM EMERGENCIES	
Novikova U.O. Maslennikov D.L.	124
IMPACT OF TARIFF AND CUSTOMS OF FOREIGN REGULATION ECONOMIC ACTIVITY ON THE ATTRACTIVENESS INVESTMENT OF THE RUSSIAN FEDERATION	
Petrov S.V., Ryntsev G.Y.	129
ANALYSISSENCE AND SPECIFICITY OF DEVELOPMENT OF THE REAL ESTATE MARKET IN RUSSIA	
Pylaeva A.S.	134
ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF THE DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT	
Pylaeva A.S., Ermolova D.V.	139
ON THE DIGITAL AGENDA OF THE EURASIAN ECONOMIC UNION	
Rudakova V.Yu.	144
CUSTOMS DECLARATION AND CUSTOMS CONTROL OF GOODS SUBJECT TO DIGITAL MARKING	
Salnikova A.V.	151

POSSIBLE WAYS TO INCREASE THE EFFECTIVENESS OF THE IMPACT OF MOTIVATIONAL FACTORS ON THE SUCCESS OF THE ORGANIZATION'S STAFF	
Solovyova O.V.	156
INTERNATIONAL ASPECTS OF CLUSTERING SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES	
Streltsov R.S.	166
ANALYTICAL ASPECT OF THE INNOVATIVE POTENTIAL OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS CLUSTERS IN RUSSIA	
Streltsov R.S.	171
DIGITALIZATION OF THE SERVICE SECTOR IN THE CONTEXT OF THE PANDEMIC	
Teslenko I.B., Malysheva Yu.V.	176
FACTORS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATION: METHODOLOGICAL ASPECT OF MANAGEMENT ACTIVITY	
Trunin G.A.	185
MANAGEMENT OF INVESTMENT PROJECTS FOR THE CONSTRUCTION OF PARAMEDIC AND MIDWIFERY STATIONS IN THE VLADIMIR REGION: PROBLEMS AND SOLUTIONS	
Trunin G.A.	190
MARKETING COMMUNICATIONS OF THE ORGANIZATION	
Shtebner S.V.	196
PROFESSIONAL SKILL STRUCTURE OF RUSSIAN FEDERATION STATE SERVANTS	
Shumov P.V., Kulakova O.S.	201
ABOUT THE PERSONNEL POLICY OF A MODERN TRADE ORGANIZATION	
Shcheka A.A.	206
INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF PERSONNEL MANAGEMENT IN A TRADE ORGANIZATION	
Shcheka A.A.	211
RULES FOR AUTHORS	215

Подписано в печать 29.03.2021. Дата выхода в свет 29.03.2021.
Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 16,10. Тираж 3000 экз. Свободная цена.
Заказ 102-2/21. Отпечатано с готового оригинал-макета в типографии
«Издательство «Авторская Мастерская». Адрес типографии:
ул. Пресненский Вал, д. 27 стр. 24, г. Москва, 123557 Россия.