

ISSN 2070-7568

Наука Красноярья

●

Krasnoyarsk Science

www.kras-science.ru



Volume 10, Number 3-2
2021

Наука Красноярья

Том 10, № 3-2

2021



Krasnoyarsk Science

Volume 10, Number 3-2

2021

Главный редактор

Бобкова Е.Ю. кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры прикладной экономики и менеджмента (Самарский филиал Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет», Самара, Российская Федерация)

Заместитель главного редактора

Фролов Д.П. доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой маркетинга (Волгоградский государственный университет, Волгоград, Российская Федерация)

Зав. редакцией – Максимов Я.А.

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

Корректор – Зливко С.Д.

Компьютерная верстка, дизайн – Орлов Р.В.

Технический редактор, администратор сайта – Бяков Ю.В.

Ответственный секретарь – Коробцева К.А.

Наука Красноярья / Krasnoyarsk Science

Научно-практический рецензируемый журнал
Peer-reviewed scientific-practical journal

Периодичность. 4 номера в год / Periodicity. 4 issues per year

Том 10, №3-2, 2021 / Vol. 10, No 3-2, 2021

<p>Учредитель и издатель: ООО Научно-инновационный центр</p> <p>Журнал основан в 2011 году Зарегистрирован Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Красноярскому краю Свидетельство регистрации ПИ № ТУ 24-00430 от 10.08.2011 г.</p> <p>Журнал входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, выпускаемых в РФ, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук</p> <p>Индексирование и реферирование: РИНЦ Ulrich's Periodicals Directory Cyberleninka Google Scholar DOAJ BASE EBSCO WorldCat OpenAIRE ЭБС IPRbooks ЭБС Znanium ЭБС Лань</p> <p>Адрес редакции, издателя и для корреспонденции: 660127, г. Красноярск, ул. 9 Мая, 5 к. 192 E-mail: editor@kras-science.ru http://kras-science.ru/</p> <p>Подписной индекс в каталоге Почты России «Подписные издания» – 94090</p>	<p>Founder and publisher: Science and Innovation Center Publishing House</p> <p>Founded 2011 The edition is registered by the Federal Service of Intercommunication and Mass Media Control Mass media registration certificate PI № TU 24-00430, issued August 10, 2011.</p> <p>Krasnoyarsk Science is included in the List of leading peer-reviewed scientific journals and publications issued in the Russian Federation, which should publish main scientific results of doctor's and candidate's theses</p> <p>Indexing and Abstracting: RSCI Ulrich's Periodicals Directory Cyberleninka Google Scholar DOAJ BASE EBSCO WorldCat OpenAIRE IPRbooks Znanium Lan'</p> <p>Editorial Board Office: 9 Maya St., 5/192, Krasnoyarsk, 660127, Russian Federation E-mail: editor@kras-science.ru http://kras-science.ru/</p> <p>Subscription index in the 'The Russian Post' General catalog – 94090</p>
--	--

Свободная цена
© Научно-инновационный центр, 2021

ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ

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

Алескерова Айгюн Агаселим кызы, кандидат экономических наук, доцент (Азербайджанский государственный экономический университет, Баку, Азербайджан)

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)

Гандилова Саадет Таги кызы, доктор экономических наук, доцент, проректор по работе со студентами (Азербайджанский государственный экономический университет, Баку, Азербайджан)

Глущенко 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)

Коокуева Виктория Владимировна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры "Финансовый менеджмент" (Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, 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 произ-

водства Сибирского отделения Российской академии наук, Новосибирск, Российская Федерация)

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

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

EDITORIAL BOARD MEMBERS

Aygyun Agaselim kyzy Aleskerova, Candidate of Economics (Ph.D.), Associate Professor (Azerbaijan State University of Economics, Baku, Azerbaijan)

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)

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

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

Gandilova Saadet Tagi kyzy, Doctor of Economics, Associate Professor, Provost for Student Affairs (Azerbaijan State University of Economics, Baku, Azerbaijan)

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)

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)

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)

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

Svetlana V. Razmanova, Doctor of Economics, Associate Professor, Head of Laboratory of the Economic Efficiency of Development Projects (Gazprom VNIIGAZ, branch in Ukhta, Ukhta, 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)

УДК 336.7

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОПЦИОННЫХ ПРОГРАММ КАК СРЕДСТВА ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ

Герасимук А.Д., Хрипунова М.Б.

Каждая компания стремится к эффективному ведению бизнеса. Одним из факторов повышения эффективности является мотивация работников, представленная различными формами. В статье рассматривается использование опционных программ американскими компаниями и их влияние на текучесть кадров.

Ключевые слова: опционные программы; мотивация; вознаграждение работников; текучесть кадров; американские компании.

FOREIGN EXPERIENCE OF USING EMPLOYEE STOCK OWNERSHIP PROGRAMS AS A MEASURE OF STAFF MOTIVATION

Gerasimuk A.D., Khripunova M.B.

Every company aims at being effective in doing business. One of the factors of increasing efficiency is staff motivation, which can be implemented by using various methods. The article discusses the usage of employee stock ownership programs and their influence on staff turnover.

Keywords: ESOP; motivation; employee reward systems; staff turnover; American companies.

Любая коммерческая организация желает повысить эффективность деятельности своей компании. Существуют различные индикаторы, динамика которых позволяет сделать выводы о правильном направлении движения бизнеса. Одним из таких показателей является стоимость компании. В общем случае логика этого показате-

ля проста. Чем выше стоимость компании, тем больше интереса проявляется к бизнесу, тем лучше у компании идут дела. Каждая корпорация прибегает к различным методам для повышения своей стоимости. Одним из таких методов является повышение мотивации своих работников [5]. Данная идея базируется на мысли о том, что компания показывает лучшие финансовые результаты, когда её работники лучше справляются со своими задачами. Это относится как к менеджменту, так и к обычным работникам [5]. Одним из современных методов стимулирования работников является предоставление акций. Оно может быть реализовано в различных формах, начиная от прямого предоставления акций, заканчивая выдачей опционов. Условия и механизм вознаграждения работников таким образом так же могут кардинально отличаться [1]. В отечественной литературе совокупность таких инструментов принято называть опционными программами [4]. В основе данного метода лежит идея о том, что работники, получив ценную бумагу, становятся заинтересованными в росте её цены, а значит и в достижении компанией лучших результатов, что положительно сказывается как на качестве выполняемой работы, так и на росте акций компании, а вслед за ними и стоимости компании [5]. Несмотря на описанные выше положительные моменты данного способа мотивации, лишь малая доля российских компаний активно применяют его в своей деятельности [4]. Для того чтобы определить, насколько актуальным является этот способ для российских реалий необходимо рассмотреть зарубежный опыт по этому вопросу. В западных компаниях вознаграждение работников акциями или опционами компании в той или иной форме является широко распространенной практикой. В оценке работодателей наличие программ по предоставлению ценных бумаг фирмы считается значимым плюсом, наряду с пенсионными планами и медицинской страховкой. Рассмотрим данный аспект на примере США, где данные получили широкое распространение. Так, 40% компаний из списка Fortune 100 [3], представленный американскими компаниями, имеющими наиболее благоприятные условия работы, награждают своих работников акциями. При этом

стоит отметить, что 22% предприятий из списка являются некоммерческими, а значит, они не могут эмитировать акции. Для соблюдения чистоты исследования проанализируем то же распределение, но без некоммерческих организаций: 51% коммерческих компаний из списка Fortune 100 [3] имеют опционные программы. Тот факт, что большинство наиболее благоприятных для работы компаний Америки предоставляют своим работникам возможность получать акции компании, являются серьезным аргументом в поддержку опционных программ.

Немаловажным показателем мотивированности работников является текучесть кадров. Данный аспект можно рассмотреть с двух сторон. Во-первых, если работников устраивают условия их работы, то они не захотят покинуть компанию и уровень добровольных увольнений будет невысок. Во-вторых, если дела в компании идут хорошо, работники показывают хорошие результаты, то принудительных сокращений так же будет немного [2].

Рассмотрим данный фактор так же на примере США. Авторы одного из исследований, касающегося опционных программ – Nancy Wiefek и Nathan Nicholson – сравнили статистику по текучести кадров в организациях, применяющих опционные программы с общенациональным уровнем. Средний процент добровольных увольнений за исследуемый период в компаниях с опционными программами значительно ниже по сравнению со средним уровнем по стране (10,73% против 27,13%) [2]. Это свидетельствует об эффективности опционных программ в поддержании мотивации работников. Что касается недобровольных увольнений, то здесь так же наблюдается положительное влияние опционных программ. В исследуемых компаниях уровень увольнений составлял 6,74%, что более чем в 2 раза ниже среднего уровня по стране в 16% [2]. Данная статистика подтверждает гипотезу об повышении удовлетворенности работодателей своими работниками при наличии опционных программ.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод о том, что опционные программы положительно влияют на мотивацию работников, что приводит к повышению результативности их

деятельности. Более половины американских компаний, обладающих наиболее благоприятными условиями для работы, используют опционные программы. Кроме того, уровень текучести кадров, связанный как с причинами со стороны работников, так и со стороны работодателей, значительно ниже средних значений в предприятиях с опционными программами.

Список литературы

1. Investopedia. Employee Stock Ownership Plan (ESOP). <https://www.investopedia.com/terms/e/esop.asp>
2. National Center For Employee Ownership. S Corporation ESOPs and Retirement Security. <https://www.nceo.org/assets/pdf/articles/NCEO-S-ESOPs-Retirement-Dec-2018.pdf>
3. National Center For Employee Ownership. The Employee Ownership 100: America's Largest Majority Employee-Owned Companies. <https://www.nceo.org/articles/employee-ownership-100>
4. Rusbase. Программы вознаграждения сотрудников акциями/опционами в российской технологической индустрии. <https://rb.ru/analytics/opcion/>
5. Гребенникова В.А., Поляков Е.И. Достоинства и недостатки опционной программы стимулирования топ-менеджеров компании. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42896390>

References

1. Investopedia. Employee Stock Ownership Plan (ESOP). <https://www.investopedia.com/terms/e/esop.asp>
2. National Center For Employee Ownership. S Corporation ESOPs and Retirement Security. <https://www.nceo.org/assets/pdf/articles/NCEO-S-ESOPs-Retirement-Dec-2018.pdf>
3. National Center For Employee Ownership. The Employee Ownership 100: America's Largest Majority Employee-Owned Companies. <https://www.nceo.org/articles/employee-ownership-100>
4. Rusbase. Employee Stock Ownership Plans in Russian tech industry. <https://rb.ru/analytics/opcion/>

5. Grebennikova V.A., Poliakov E.I. Advantages and Disadvantages of the Optional Incentive Program Top Managers of the Company. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42896390>

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Герасимук Андрей Денисович, студент факультета международных экономических отношений
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
Ленинградский проспект, 49, г. Москва 125993, Россия
geran-den@yandex.ru

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

Gerasimuk Andrei D., student of the Faculty of International Economic Relations
Financial University under the Government of the Russian Federation
49 Leningradsky Prospekt, Moscow, 125993, Russia
geran-den@yandex.ru
ORCID: 0000-0003-1584-6001

Khripunova Marina B., Scientific Supervisor, Candidate of Physical 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 332.1

**АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ***Ерлыгина Е.Г., Вдовина Ю.В.*

Статья посвящена вопросам внедрения автоматизированных систем управления в деятельность организации, с целью повышения эффективности ее деятельности. Рассматриваются особенности внедрения систем автоматизации процессов управления в организациях. Особое внимание уделено этапам внедрения автоматизированных систем на примере CRM-системы.

Ключевые слова: автоматизированные системы; CRM-системы; эффективность управления.

**AUTOMATED MANAGEMENT SYSTEMS
IN THE ORGANIZATION'S ACTIVITIES***Vdovina Yu. V., Erlygina E. G.*

The article is devoted to the implementation of automated management systems in the activities of the organization, in order to improve the efficiency of its activities. The features of the implementation of management process automation systems in organizations are considered. Special attention is paid to the stages of implementation of automated systems on the example of a CRM system.

Keywords: automated systems; CRM systems; management efficiency.

Внедрение автоматизированных систем управления в настоящее время является одной из приоритетных задач современной организации. Зачастую эффективность деятельности хозяйствующего субъекта напрямую зависит от скорости принятия решения. Автоматизация бизнес-процессов позволяет справляться с этой задачей

при минимальных потерях времени и других материальных и нематериальных ресурсов.

Опыт успешных зарубежных и российских компаний показывает, что эффективное управление предприятием невозможно без управления ее информационной деятельностью [2]. Внедрение инновационных технологий в управлении организацией позволит оперативно и эффективно осуществлять обработку ресурсов, хранить большие объемы информации, максимально упростить функции персонала.

Внедрение программного продукта – это процесс конфигурации информационной системы (ИС) под условия использования его организацией и обучение пользователей использованию возможностей ИС.

Внедрение требует работы в трех плоскостях:

- выявление критических процессов деятельности организации. Когда это выполнено, требуется применить решение, в первую очередь, для этих процедур. Это обеспечит его жизнеспособность и востребованность.
- создание регламентов и правил использования ИС для сотрудников организации. Во избежание ошибок пользователей ИС, которые могут привести к сбоям в работе программного обеспечения и потере данных, нужно разработать свод правил и дать соответствующие права и доступы пользователям. Например, руководитель должен быть администратором, который может принимать на работу новых сотрудников, а прочие пользователи такой привилегии иметь не должны [1];
- интеграция с уже существующими процедурами в организации. Это может быть полезным для автоматизации. Например, если организация привыкла обрабатывать заказы в браузере через почтовый клиент, нужно использовать эти возможности для более быстрой адаптации сотрудников к новым возможностям [1].

Одним из элементов автоматизированной системы управления является CRM-система (рис. 1.), основная цель внедрения которой – управление системой взаимоотношений с клиентами.

Основным показателем повышения эффективности организации при внедрении CRM системы является увеличение объема продаж, снижение стоимости привлечения клиентов.

Рассмотрим этапы внедрения CRM-системы в деятельность организации.

1. Предпроектные исследования организации, создание отчета и списка процессов для внедрения. Разработчики исследуют предметную область деятельности организации, определяют степень потребности в CRM отдельными процессами и организацией в целом, а также то, насколько система сможет удовлетворить эти нужды.

2. Разработка технического задания для проекта. На этом этапе должен быть разработан документ, регламентирующий действия для внедрения CRM в организацию и описывающий этапы, технологии и способы их интеграции.

3. Конфигурирование системы. Конфигурирование включает: перенос данных (базы данных клиентов, отчеты о сделках и заказах и т.п.) из существующих у заказчика ИС или определенного формата; встраивание ИС в действующую систему учета; программирование - проектирование и создание модуля в какой-либо программной среде для специфического процесса, который не предусмотрен стандартным инструментарием; разработка эксплуатационной документации для работников организации.

4. Тестирование также входит в цикл разработки и интегрирования CRM-системы. Разработчик обязан проверить работу программного обеспечения и оборудования в условиях, близких к реальным [3].

5. Наполнение CRM накопленными в ходе работы организации данными (база контактов, сделок, сведения о клиентах).

Внедрение CRM систем позволит повысить конкурентоспособность организации, получить преимущества в бизнесе компаний и системе их отношений с клиентами, выстроить оптимальные стратегии развития компании на перспективных для неё рынках товаров и услуг [2].

Таким образом, автоматизированная система управления является неотъемлемой частью успешного функционирования организации. Управление внедрением информационной системы в целом

или ее элементов представляет собой сложный процесс, эффективность ее дальнейшего функционирования зависит не только от технической составляющей, но и от человеческого фактора, способного вносить существенные коррективы и в отношении с подрядчиком и в работу информационной системы.

Список литературы

1. Культура использования ПО в компании [Электронный ресурс] // Хабрахабр.ру, М., 2006-2020. – Режим доступа: <https://habr.com/company/regionsoft/blog/346694/> (Дата обращения: 22.04.2021).
2. Лещёв В.А. Эффективность применения CRM-системы / В. А. Лещёв. Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2016. № 12 (116). С. 165-168.
3. Чернова О.В. Использование CRM-системы на предприятии / О.В. Чернова // Реальность – сумма информационных технологий, Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. 2020. С. 183-187.

References

1. Culture of software use in the company [Electronic resource] // <url>, Moscow, 2006-2020. – Access mode: <https://habr.com/company/regionsoft/blog/346694/> (Accessed: 22.04.2021).
2. Leshchev V.A. Efficiency of CRM-system application / V.A. Leshchev. Text: direct // Young scientist. 2016. № 12 (116). P. 165-168.
3. Chernova O.V. The use of CRM-system at the enterprise / O.V. Chernova // Reality-sum of information technologies, Collection of scientific papers of the International Scientific and Practical Conference. 2020, pp. 183-187.

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Ерлыгина Елена Геннадьевна, к.э.н., доцент, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»
ФГБОУ ВО «Владимирской государственной университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
erlygina@mail.ru

Вдовина Юлия Владимировна, магистрант

*ФГБОУ ВО «Владимирской государственной университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
iulia.vdovina@yandex.ru

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

Vdovina Yulia Vladimirovna, Master's student

*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*

87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
iulia.vdovina@yandex.ru

УДК 338.2

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ПРОДВИЖЕНИЯ В КРИЗИСНЫЙ И ПОСТКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД

Еронин В.А.

Данная статья посвящена анализу состояния интернет-торговли в современной России и в мире. Рассмотрены современные технологии онлайн-продаж. Приведены результаты исследования различных компаний по вопросам онлайн-технологий в маркетинге. По результатам анализа определены некоторые проблемы современных методов интернет-торговли с учетом пандемии коронавируса.

Ключевые слова: маркетинг; онлайн-торговля; онлайн-реклама; пандемия коронавируса; аналитические данные.

E-COMMERCE AND FEATURES OF ITS PROMOTION IN THE CRISIS AND POST-CRISIS PERIOD

Eronin V.A.

This article is devoted to the analysis of the state of Internet trade in modern Russia and in the world. Modern technologies of online sales are considered. The results of the research of various companies on the issues of online technologies in marketing are presented. According to the results of the analysis, some problems of modern methods of online trading are identified, taking into account the coronavirus pandemic.

Keywords: marketing; online trading; online advertising; coronavirus pandemic; analytical data.

В целях поддержания своей ведущей роли на мировых рынках развитые страны ограничивают распространение имеющихся в их распоряжении передовых технологий в страны-конкуренты. Защищая

внутренние рынки собственной продукции от проникновения на них нежелательных конкурентов, они проводят жесткую политику борьбы за внешние рынки, к которым также можно отнести и российский рынок.

Как правило, Россию технологически развитые страны рассматривают только как компаньона дополняющего, а не конкурирующего с ними. Кроме того «западные партнеры» стараются максимально препятствовать внедрению передовых российских технологий на мировой рынок путем проведения санкционной политики. Примером такого противодействия являются проблемы с осуществлением проекта «Северный поток-2».

Пандемия коронавируса затрудняет перевод предприятий и организаций на режим работы в условиях удаленного доступа. При этом возрастает необходимость в новых средствах коммуникаций.

В этой связи, как одну из разновидностей инноваций в маркетинге, можно рассматривать электронную коммерцию.

eCommerce (электронная коммерция) – это продажа товаров или услуг посредством сети Интернет. Она представляет собой аналог магазина в торговом центре, доступный в режиме онлайн.

Специфика электронной торговли заключается в отсутствии помещения для торговли. При этом, издержки на ведение бизнеса с применением модели e-commerce могут быть значительно меньше затрат обычного магазина. В условиях применения e-commerce не надо будет осуществлять расходы по содержанию помещения, закупки торгового оборудования, найма торговых работников.

Первое в России исследовательское агентство, специализирующееся на рынке электронной коммерции Data Insight построила прогноз развития интернет-торговли в России на ближайшие 5 лет с учетом влияния кризиса на онлайн-продажи (см. рис. 1).

Средний рост интернет-торговли с 2019 года по 2024 год составит 33,2%. Объем продаж материальных товаров онлайн вырастет с 1,7 до 7,2 триллиона рублей. Без учета коронакризиса рост интернет-торговли составил бы 26,6%, а ее объем к 2024 году – 5,6 триллиона рублей. Факторы кризиса дополнительно приносят в онлайн-продажи 1,6 триллиона рублей за 5 лет [7].



Рис. 1. Прогноз развития интернет-торговли в России

Data Insight выделил несколько факторов, которые повлияют на рост онлайн-продаж в ближайшие годы.

- после завершения изоляции большинство новых пользователей продолжают покупать в интернете;
- возрастет объем покупок в режиме интернет-торговли после снятия ограничений (этот фактор будет проявляться наиболее явно в 2021 году);
- переход на удаленную работу части сотрудников также положительно скажется на интернет-торговле, вследствие того, что такие категории работников могут частично переместиться из крупнейших городов, где привычный ассортимент покупок может стать недоступным, что даст дополнительный рост торговле онлайн;
- будет наблюдаться рост онлайн-продаж товаров повседневного спроса (FMCG). Онлайн-продажи в категории FMCG выросли в 2020 году почти в 5 раз, и этот рост будет продолжаться и после пандемии.

Сервис «Яндекс.Маркет» и аналитическая компания GfK Rus провели совместное исследование, согласно результатам которого

в 2020 году уже более половины россиян в возрасте от 16 до 55 лет делают различные покупки через интернет.

При этом, доля покупок, сделанных с мобильных устройств, составлявшая в 2019 г. 36%, в 2020 г. сравнялась с долей покупок на компьютерах. При покупке через мобильный телефон, люди в два раза чаще пользуются приложениями магазинов, чем их сайтами.

Самым популярным способом получения онлайн-заказов является самовывоз, который использовали в 2020 году 70% онлайн-покупателей. Кроме того, в условиях пандемии набирает популярность курьерская доставка и доставки в постаматы, которые за 2020 год выросли на 4–5% – до 44% и 25% соответственно по сравнению с 2019 годом.

При получении заказа 44% онлайн-покупателей предпочитает оплату наличными, а 56% – банковской картой.

Самым важным поводом выбрать тот или иной магазин является бесплатная доставка, ее предпочитает 60,5% участников исследования. 44% обращают внимание на скидки, 31% – на промокоды и купоны. Также для покупателей имеет значение зачисление кэшбэка на банковскую карту (30 %) и акции формата «2 + 1» (29%) [6].

Привлечению покупателей способствуют и некоторые маркетинговые ходы, применяемые за рубежом. Так, китайская компания Taobao в 2020 году предоставила для фермеров возможность вести трансляцию действий, происходящих на компьютере или игровой консоли в режиме реального времени (стримы), с целью осуществления продвижения своей продукции.

Разновидностью маркетинговых «фишек» является так же *Shoptstreaming*, концепция которого впервые появилась в некоторых странах Азии. Используя ее, люди имеют возможность искать в онлайн-покупках интерактив, новый опыт и общение. Социальная изоляция и отсутствие доступа к офлайн-магазинам привела к развитию инструментов социального шоппинга продаж через соцсети, где покупатели могут взаимодействовать между собой и делиться своими приобретениями [7].

Широкое применение находят так же AR-приложения для виртуальной «примерки» одежды, использования косметики, обзоры

и 3D-модели товаров. Это способствует принятию решений по выбору и покупке продукта онлайн. В частности, такие методы применяются на сайте бренда Lancôme [8].

Пандемия заставляет весь мир осуществлять деятельность в режиме онлайн: различные мероприятия, даже на уровне правительств многих государств, осуществляются путем проведения онлайн - конференций, школы и вузы вынуждены были переходить на дистанционное обучение.

Исследования, проведенные осенью 2020 года консалтинговой компанией Accenture совместно с Oxford Economics показали, что лишь 12% корпораций сумели удачно подстроиться к новым условиям рынка во время пандемии COVID-19. Это, безусловно, свидетельствует о необходимости совершенствования современных бизнес-моделей, основанных на цифровых технологиях и их адаптации на торговом рынке [10].

Практика показывает, что компании, которые своевременно сориентировались в условиях пандемии, делая упор на новые технологии, сумели продолжать деятельность, и даже увеличить объем продаж на фоне значительного спада экономики, вызванного вспышкой нового вируса [1].

Начиная с 2018 года, реклама в интернете по денежному объему впервые стала обгонять телевидение и прочие сегменты. Каждый год креативные агентства We Are Social и Hootsuite представляют отчет о состоянии интернет-среды – Digital 2020.

По их данным, в России доступ к интернету имеет 81% всего населения. Это составляет около 118 миллионов человек и число пользователей сети постоянно растет.

По данным профильной Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК), растут бюджеты, которые рекламодатели готовы вкладывать в рекламу в Рунете. В 2020 году расходы на нее выросли примерно на 23 процента и составили около 135 миллиардов рублей. Треть этого объема приходится на рекламу в мобильных приложениях.

Одним из ключевых драйверов роста интернет-продаж, по оценке экспертов, станет мобильная реклама, благодаря которой, в этой сфере интернет-сегменту наконец удалось обогнать ТВ.

В этих условиях таргетированная реклама в социальных сетях становится все более используемой разновидностью онлайн-маркетинга в России.

Ее применяют, по оценкам экспертов РАЭК, около 85 процентов российских компаний. Таргетинг представляет собой настройку показа интернет-рекламы точно определенной группе людей, на которых нацелен рекламируемый товар или услуга. Половина предприятий планирует в будущем нарастить использование таргетинга в своей рекламной стратегии.

В структуре рынка диджитал-рекламы, по мнению Международной исследовательской компании TrendWatching могут произойти определенные перемены. В пост-коронавирусном мире основными тенденциями будут:

- автоматизированная торговлю;
- виртуальные впечатления;
- открытые платформы;
- образовательные онлайн-ресурсы [7].

По прогнозам рекламно-коммуникационной группы Dentsu в 2021 г. российский рекламный рынок выйдет из отрицательной зоны даже при пессимистичном сценарии.

В случае позитивного развития российской экономики и отсутствия шоковых факторов – локдауна, энергетического или валютного кризиса – динамика может составить 10% в 2021-м и 6–7% в 2022-м. При неблагоприятной макроэкономической ситуации рекламные инвестиции в России увеличатся на 3% в 2021 году и на 3,3% в 2022 г. Падение по итогам 2020 года холдинг оценивает в 5,9%.

Что касается цифрового маркетинга, то, по мнению экспертов Dentsu, в 2021 г. сегмент продемонстрирует двузначные темпы роста (+10,1%) и впервые займет половину всех глобальных расходов на рекламу. Наибольшие темпы роста внутри digital будут наблюдаться в социальных сетях (+18,3%), поиске (+11%) и видео (+10,8%).

По оценке Dentsu, глобальный рекламный рынок в 2021 г. прибавит 5,8%, расходы рекламодателей на продвижение достигнут 579 млрд. долларов.

Рекламная индустрия начинает восстанавливаться, компенсируя падение на 8,8% в 2020-м. Наибольший прирост бюджетов, полагают эксперты, придется на второй квартал 2021 г.: +13% по сравнению с аналогичным периодом 2020 г.

В 2021 году позитивная динамика ожидается во всех регионах: драйверами будут Восточная Европа (+7,5%) и Азиатско-Тихоокеанский регион (+5,9%). Самыми быстрорастущими рынками станут Индия (+10,8%), Великобритания (+10,4%) и Франция (+8,9%).

Dentsu прогнозирует, что к докризисному уровню глобальный объем медиаинвестиций вернется только к следующему году. В 2022-м рекламные расходы в мире должны вырасти на 6,9%, что составит 619 млрд. долларов.

Однако долгосрочный прогноз зависит от дальнейшего развития пандемии, правительственных ограничений и внедрения вакцины.

Подводя итог сказанному, следует отметить, что в настоящее время в России наблюдается тенденция продвижения государством цифровых проектов. Представители бизнеса желают находиться в тренде, осознавая пользу новых маркетинговых технологий для бизнеса. Эта тенденция в значительной степени способствует внедрению на российский рынок современных средств и методов интернет-торговли.

Так же, по мнению многих экспертов, и во всем мире будет наблюдаться позитивная динамика продвижения современных средств цифрового маркетинга и основанного на нем развития интернет-торговли.

Список литературы

1. Андреева Н.Н. Формы современного прямого маркетинга и их классификация / Н.Н. Андреева // Маркетинговые коммуникации. 2018. № 4. С. 236 -247.
2. Ефимова С.А. Маркетинговое планирование. М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2018. С. 122.
3. Волк А.Д. Продвижение товаров и услуг в период пандемии COVID-19 / А.Д. Волк. Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2020. № 24 (314). С. 162-166. – URL: <https://moluch.ru/archive/314/71722/>.
4. Жариков А.В., Горячев Р.А. Прогнозирование спроса и объема продаж: Уч.-мет. пос. Н.Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2017. 39 с.

5. Сирожиддинов И.К. Инновационные процессы в экономике регионов в условиях коронавирусной пандемии / И.К. Сирожиддинов, И.В. Ходжибаева. Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2020. № 20 (310). С. 449-452. – URL: <https://moluch.ru/archive/310/70110/> (дата обращения: 20.02.2021).
6. «Перспективы развития мировой экономики» (ППМЭ). Кризис, не похожий ни на какой другой, неопределенные перспективы восстановления. // Официальный сайт МВФ, Июнь 2020 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.imf.org/ru/Publications/WEO/Issues/2020/06/24/WEOUpdateJune2020>.
7. Как рынок маркетинга переживает пандемию [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5d65452b9a79475d927f0f7a>.
8. Видеострим. Истории успеха: чей бизнес растет даже во время кризиса [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5eb2e2859a7947961ff32bfb>.
9. Инновационная среда сегодня: какое влияние оказала пандемия на инновационные процессы компаний. [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5ea86ea09a79474ec82a8489>.
10. Влияние пандемии на научно-технологическое развитие и цифровизацию. [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5eb2e2859a7947961ff32bfb>.

References

1. Andreeva N.N. Forms of modern direct marketing and their classification / N.N. Andreeva//Marketing communications. 2018. No. 4, pp. 236 -247.
2. Efimova S. A. Marketing planning. M.: Publishing House “Alfa-Press”, 2018. P. 122.
3. Volk A.D. Promotion of goods and services during the COVID-19 pandemic / A.D. Volk. Text: direct // Young scientist. 2020. № 24 (314). — PP. 162-166. – URL: <https://moluch.ru/archive/314/71722/>.
4. Zharikov A.V., Goryachev R. A. Forecasting of demand and sales volume: An educational and methodological guide. Nizhny Novgorod: Nizhny Novgorod State University, 2017. 39 p.
5. Sirozhiddinov I.K. Innovative processes in the economy of regions in the conditions of the coronavirus pandemic / I.K. Sirozhiddinov, I.V.

- Khodzhibaeva. Text: direct // Young scientist. 2020. № 20 (310). PP. 449-452. – URL: <https://moluch.ru/archive/310/70110/> (accessed 20.02.2021).
6. “Prospects for the development of the world economy” (PRME). A crisis like no other, uncertain prospects for recovery. // Official website of the IMF, June 2020 [Electronic resource]. URL: <https://www.imf.org/ru/Publications/WEO/Issues/2020/06/24/WEOUpdateJune2020>.
 7. How the marketing market is experiencing a pandemic [Electronic resource]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5d65452b9a79475d927f0f7a>.
 8. Video stream. Success stories: whose business is growing even during the crisis [Electronic resource]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5eb2e2859a7947961ff32bfb>.
 9. The innovation environment today: what impact has the pandemic had on companies ‘ innovation processes? [Electronic resource]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5ea86ea09a79474ec82a8489>.
 10. The impact of the pandemic on scientific and technological development and digitalization. [Electronic resource]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5eb2e2859a7947961ff32bfb>.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Еронин Виктор Александрович, к.э.н., доцент кафедры «Бизнес-информатика и экономика»
ФГБОУ ВО «Владимирской государственной университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
eronin.v@yandex.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Eronin Viktor A., Ph. D. 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
eronin.v@yandex.ru

УДК 347.9

**ВЕБ-КОНФЕРЕНЦИИ
В АДМИНИСТРАТИВНОМ СУДОПРОИЗВОДСТВЕ:
ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ**

Зайчиков Я.В., Царев М.А.

В статье анализируются предлагаемые изменения в Кодекс административного судопроизводства РФ в части возможности участия в судебном заседании посредством веб-конференции. Авторами сделана попытка выявить позитивные и негативные стороны рассматриваемых изменений, а также сформулировать предложения по совершенствованию действующего законодательства в рассматриваемой сфере.

***Ключевые слова:** правосудие; веб-конференция; административное судопроизводство.*

**WEB CONFERENCES IN ADMINISTRATIVE
COURT PROCEEDINGS: PROSPECTS OF APPLICATION**

Zaichikov Y.V., Tsarev M.A.

The article analyzes the proposed changes to the Code of Administrative Procedure of the Russian Federation in terms of the possibility of participating in a court session through a web conference. The authors made an attempt to identify the positive and negative aspects of the changes under consideration, as well as to formulate proposals for improving the current legislation in the area under consideration.

***Keywords:** justice; web conference; administrative proceedings.*

Применение информационных технологий становятся неотъемлемой частью различных видов деятельности, в том числе – административного судопроизводства. Использование современных

технологий для участия в судебном заседании получило повышенную актуальность во время распространения новой коронавирусной инфекции COVID-19, когда участники судебного процесса в силу действующих в субъекте РФ ограничений не имели возможности для непосредственного присутствия на нем.

Так, статья 142 Кодекса административного судопроизводства Российской Федерации (далее – КАС РФ) закрепляет возможность участия в судебном заседании путем использования систем видеоконференц-связи (далее – ВКС). Основаниями для их использования являются необходимость присутствия лица в судебном заседании и невозможность его присутствия по объективным причинам,

В дополнение к уже существующей возможности участия в судебном заседании по административному делу с использованием систем ВКС Правительство РФ внесло в Государственную Думу законопроект о регулировании дистанционного участия в судебном процессе, который является частью проекта «Цифровая экономика» [2]. Российские суды уже обладают необходимыми ресурсами для дистанционного взаимодействия с участниками процесса по административному делу, поэтому целью проекта является создание правовой основы для применения указанных ресурсов.

Одним из положений законопроекта является возможность участия в судебном заседании, в частности, по административному делу, с помощью веб-конференции. Введение института веб-конференции в административное судопроизводство является одним из направлений по подготовке сервиса «Правосудие онлайн» [3]. Основаниями для такого участия может являться ходатайство лица в электронной форме, по итогам рассмотрения которого судом выносятся определение, где указываются дата и время проведения судебного заседания.

Участие в судебном заседании посредством веб-конференции может положительно отразиться на рассмотрении и разрешении административных дел. Явка лиц, участвующих в деле, и других участников судопроизводства является залогом правильного и своевременного рассмотрения и разрешения дела. Использование веб-конференции позволит участникам процесса «присутствовать» на

судебном заседании не выходя из дома. Для этого достаточно воспользоваться собственным устройством – мобильным телефоном, планшетом, ноутбуком или компьютером. Отметим, что участие в заседании с использованием систем ВКС предполагает организацию видеоконференц-связи в другом суде.

Вместе с тем введение в КАС РФ изменений о веб-конференциях, на наш взгляд, повлечет за собой ряд проблем. Во-первых, в законопроекте не дается понятия веб-конференции, что является недостатком в связи со схожестью данного института с не тождественной ему системой видеоконференц-связи. Это может выразиться в ошибках правоприменительной практики.

Во-вторых, на практике возможны злоупотребления лицами своими правами на участие в заседании с помощью веб-конференции. В частности, законопроект предусматривает возможность подачи в суд в ходе заседания цифровых заявлений, ходатайств и приложений к ним. Лицо может подать ходатайство за несколько минут до начала судебного заседания, что вызовет определенные неудобства у аппарата суда. Кроме того, участие лица в судебном заседании по административному делу с помощью веб-конференции может быть обусловлено субъективными причинами, которые останутся неизвестны суду.

В-третьих, законопроектом не предусмотрены действия суда в случае возникновения технических проблем. Так, участие лица в судебном заседании непосредственно из дома может быть осложнено, например, отключением электроэнергии, ухудшением качества изображения или звука. Не исключается также и специальное создание лицом технических неполадок для затягивания судебного разбирательства.

В-четвертых, на практике возможны проблемы с идентификацией лица, участвующего в судебном заседании с помощью веб-конференции. Законопроект предполагает установление личности участников с помощью Единой системы идентификации и аутентификации, а также с помощью единой биометрической системы. Опыт использования технологии биометрии подтверждает возмож-

ность совершения ошибок при ее использовании. Так, компания «Сбербанк», применяющая биометрию, не исключает трудностей при распознавании близнецов или лиц в масках [1].

Таким образом, предложенный Правительством РФ законопроект о регулировании дистанционного участия в судебном процессе в целях обеспечения эффективного и качественного административного судопроизводства должен быть тщательно проработан. Вместе с тем нельзя отрицать, что использование веб-конференции для участия в судебных заседаниях по административным делам имеет важное значение для обеспечения действенного механизма судебной защиты в Российской Федерации.

Список литературы

1. Биометрия в Сбербанке [Электронный ресурс]. – URL: https://www.sberbank.ru/ru/person/dist_services/bio (дата обращения: 01.05.2021).
2. В ГД внесли законопроект об удаленном участии в судебных заседаниях [Электронный ресурс]. – URL: <https://pravo.ru/news/230719/> (дата обращения: 01.05.2021).
3. Судьи оценили онлайн-правосудие [Электронный ресурс]. – URL: <https://pravo.ru/news/223348/> (дата обращения: 01.05.2021).

References

1. Biometrics in Sberbank [Electronic resource]. – URL: https://www.sberbank.ru/ru/person/dist_services/bio (date of access: 05/01/2021).
2. The State Duma introduced a bill on remote participation in court sessions [Electronic resource]. – URL: <https://pravo.ru/news/230719/> (date of access: 05/01/2021).
3. The judges appreciated the online justice [Electronic resource]. – URL: <https://pravo.ru/news/223348/> (date of access: 05/01/2021).

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Зайчиков Ярослав Владимирович, старший преподаватель кафедры «Гражданское право и процесс» Юридического института им. М.М. Сперанского

ФГБОУ ВО «Владимирской государственной университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

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

yaroslav_zaychikov@mail.ru

Царев Максим Александрович, студент 4 курса очной формы обучения Юридического института им. М.М. Сперанского
ФГБОУ ВО «Владимирской государственной университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

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

tsarevmaximka2001@gmail.com

DATA ABOUT THE AUTHORS

Zaychikov Yaroslav Vladimirovich, Senior Lecturer of the Department of Civil Law and Procedure, Law Institute named after M.M. Speransky

Vladimir State University Alexander and Nikolay Stoletovs

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

yaroslav_zaychikov@mail.ru

ORCID: 0000-0003-3741-0559

Tsarev Maxim Alexandrovich, 3th year student

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

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

tsarevmaximka2001@gmail.com

УДК 343

**НЕЗАКОННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ
АЗАРТНЫХ ИГР В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН***Зебницкая А.К.*

В статье анализируются нововведения в области организации и проведении азартных игр в Казахстане и их влияние на экономику страны, вопросы установления уголовной ответственности за незаконную игорную деятельность.

Ключевые слова: азартные игры; уголовная ответственность; общественная нравственность; экономическая деятельность.

**ILLEGAL ORGANIZATION AND CONDUCT
OF GAMBLING IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN***Zebnitskaya A.K.*

The article analyzes the innovations in the organization and conduct of gambling in Kazakhstan and their impact on the country's economy, the issues of establishing criminal liability for illegal gambling activities.

Keywords: gambling; criminal responsibility; public morality; economic activity.

Уголовная ответственность за нелегальную организацию и проведение азартных игр установлена в Уголовном кодексе Казахстана так же в 2011 году. Норма об ответственности была включена в главу 10, содержащую преступления против здоровья населения и нравственности. Такое размещение подчеркивает расстановку приоритетов государственной охраны в случае совершения преступления в области игорного бизнеса. Республика Казахстан в первую очередь охраняет общественные интересы в области нравственности и обеспечения нормальных условий жизни граждан.

Статья 269-1 «Организация незаконного игорного бизнеса» УК РК, устанавливает такие формы преступного деяния как: незаконное создание либо содержание игорного заведения; организацию деятельности в области игорного бизнеса; предоставление помещений для открытия заведомо незаконного игорного заведения либо организации игорного бизнеса. Часть 2 устанавливает ответственность при наличии тех же деяний совершенных при квалифицирующих признаках: использование или участие несовершеннолетнего в азартных играх; совершение деяния группой лиц по предварительному сговору; извлечение дохода в крупном размере; использование служебного положения при совершении преступления. Часть 3 помимо известных российскому законодателю особо квалифицированных видов: совершение организованной группой и с извлечением дохода в особо крупном размере. Дополнительно содержит еще и очень интересный по своему значению третий квалифицированный вид: организация незаконного игорного бизнеса лицом, уполномоченным на выполнение государственных функций, либо приравненным к нему лицом лично или через доверенное лицо вопреки запрету, установленному законом, если эти деяния связаны с предоставлением такой деятельности льгот и преимуществ или с покровительством в иной форме.

В Республике Казахстан деятельность игорных заведений с 1 января 2021 года регулируется Новым законом об игорном бизнесе №356-VI от 2 июля 2020 года. Необходимость принятия правок в действующее законодательство, регламентирующее игорную деятельность, понималась давно. Подготовка законопроекта шла на протяжении последних трех лет, многократно подвергаясь критике и последующей корректировке.

Подробнее остановимся именно на анализе нового закона и тех новелл, которые он содержит. Как уже говорилось, азартные игры опасны не только уходом в «теневую» экономику, но и развитием патологической тяги к игре. Игромены способны не замечать времени, проведенного за игрой и проигрывать вплоть до личных вещей. Сегодня лудомания (психическое расстройство, вызванное неконтролируемой тягой к азартным играм) – это серьезная общественная

проблема, ведущая к разрушению не только самой личности, но и разрыву социальных связей в семье и на работе.

Новый закон РК об игорном бизнесе, помогает не только эффективнее регулировать анализируемую область, но и помочь семьям, обществу бороться с лудоманией. Согласно мнению Всемирной организации здравоохранения лудомания, считается серьезным патологическим расстройством психики.

Поскольку игровые зоны находятся на достаточном удалении друг от друга и у игроманов не всегда есть возможность посетить игорное заведение, простейшим способом удовлетворения своего пристрастия стали ставки на спорт. Ранее действовавший закон допускал свободное регулирование букмекерских контор в рамках специального закона о предпринимательской деятельности. Теперь новый закон об игорном бизнесе устанавливает создание специального центра учета ставок. Такая организация букмекерской деятельности позволит осуществлять контроль за всеми ставками на спорт по всей стране, знать количество лиц больных патологической игроманией. Более того, теперь государство способно выявлять игроков, находящихся в зоне риска и предоставлять им помощь.

Специальный центр учета ставок регистрирует игрока и гарантирует отсутствие возможности несовершеннолетнему сделать ставку, предотвращает попадание на рынок букмекеров мошенников.

Теперь созданы специальные call-центры, способные оказывают психологическую и правовую помощь больным лудоманией и их семьям. В новом законе содержатся меры по ограничению допуска к азартным играм. Так, по письменному заявлению игромана или его близкого родственника можно запретить допуск в игорные заведения на срок от 6 месяцев до 1 года. Заявление составляется в произвольной форме и подается в любое игорное заведение, которое обязано сообщить об этом факте в уполномоченный орган. Данные о лице конфиденциально попадают в базу, теперь на срок указанный в заявлении он не сможет получить доступ к азартным играм. Заявление отзыву не подлежит, может быть продлено по окончании срока ограничения.

Новые нормы призваны укреплять законность в области игровой деятельности. Но как показывает динамика постоянно развивающихся общественных отношений продолжать работу по совершенствованию законодательства в области азартных игр необходимо в интересах общественного порядка, общественной нравственности, экономики страны.

Список литературы

1. Игровая зависимость: симптомы, лечение, последствия // Национальная наркологическая служба URL: <https://narkology.info/poleznaya-informaciya/igrovaja-zavisimost-simptomu-lechenie-posledstvija/> (Дата обращения: 24.04.2021).
2. Как новый закон об игорном бизнесе поможет в борьбе с лудоманией // Информбюро Казахстана URL: <https://informburo.kz/stati/kak-novyy-zakon-ob-igornom-biznese-pomozhet-v-borbe-s-ludomaniey-i-moshennichestvom-bukmekero.html> (Дата обращения: 24.04.2021).

References

1. Game addiction: symptoms, treatment, consequences // National Drug Treatment Service URL: <https://narkology.info/poleznaya-informaciya/igrovaja-zavisimost-simptomu-lechenie-posledstvija/> (Accessed: 24.04.2021).
2. How the new law on gambling will help in the fight against ludomania // Information Bureau of Kazakhstan URL: <https://informburo.kz/stati/kak-novyy-zakon-ob-igornom-biznese-pomozhet-v-borbe-s-ludomaniey-i-moshennichestvom-bukmekero.html> (Accessed: 24.04.2021).

ДАнные ОБ АВТОРЕ

Зебницкая Анна Константиновна, к.ю.н., доцент кафедры Уголовно-правовых дисциплин; старший преподаватель кафедры публично-правовых дисциплин факультета права и управления ФГБОУ ВО «Владимирской государственной университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-

*летовых»; ФКОУ ВО «Владимирский юридический институт
Федеральной службы исполнения наказаний»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия; ул. Большая
Нижегородская, д. 67Е, г. Владимир, 600020, Россия
zefna@mail.ru*

DATA ABOUT THE AUTHOR

Zebnitskaya Anna Konstantinovna, Candidate of Law Sciences, Associate Professor at the Department of Criminal Law disciplines; senior Lecturer of the Department of Public Law Disciplines of the Faculty of Law and Management

*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs; Vladimir Law Institute of the Federal Penitentiary Service
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation; 67E, Bolshaya Nizhegorodskaya str., Vladimir, 600020, Russia
zefna@mail.ru*

ORCID: 0000-0002-4556-6580

УДК 331

ПРИНЦИПЫ КОМАНДООБРАЗОВАНИЯ

Камышник В.В., Петров С.В.

Данная статья рассматривает основополагающие принципы командообразования, такие как: общая миссия, общие ценности и совместимость работников команды по психотипу. Рассмотрены основные психотипы и их взаимодействие в команде.

Ключевые слова: командообразование; команда; личность; психотип.

PRINCIPLES OF TEAM BUILDING

Kamyshnik V.V., Petrov S.V.

This article examines the fundamental principles of team building, such as: common mission, common values and compatibility of team members by psychoty. the main psychotypes and their interaction in the team are considered.

Keywords: team building; team; personality; psychotype.

Командообразование имеет множество плюсов, как для компании, так и для личного развития каждого её участника. Команда может решать задачи, которые для одного человека слишком сложны и трудоёмки. Наличие в команде разных людей даёт более объёмный взгляд на действительность, повышает эффективность действий и способствует личному росту каждого члена команды.

Командообразование строится на определённых принципах, создающих базу для работы в команде. К основным принципам относятся:

- наличие общей цели, миссии;
- принятие ответственности;
- определенные формы стимулирования;
- формирование команды с учётом особенности типов личности.

Эффективность будущей команды закладывается на этапе её формирования. Базовый принцип командообразования: люди объединяются для достижения общих целей, но при этом эффективность тех, кто объединился вокруг цели, будет всегда ниже, чем эффективность тех, кто собрался ради воплощения миссии. Наличие миссии или, иными словами, того смысла, что находится над экономическими целями компании, позволяет привлекать в команду зрелых людей, готовых даже иногда пожертвовать своим уровнем дохода, ради возможности быть сопричастным к какому-то важному делу. На базе миссии формируются ценности компании и разрабатываются критерии для отбора будущих участников команды.

Ответственность, как принцип командообразования, очень важна в процессе командной работы, чтобы каждый отдельный член команды со всей серьёзностью подходил к выполнению своих функций, брал на себя ответственность и понимал, что от его усилий зависит не только положение его личных дел, но и успех всей команды. С таким подходом вероятность успешного достижения любой цели существенно увеличивается, т. к. каждый член команды предпринимает максимум усилий и старается задействовать весь свой потенциал [1, с. 2].

Признание заслуг, или принцип поощрения достижений может быть проявлен в разных формах: материальной, устной, публичной и так далее. Аспект экономики труда базируется на теме денег, поэтому в команде важно, чтобы каждый её член чувствовал, что за свой труд он будет достойно вознаграждён. Каждому сотруднику необходимо видеть обратную связь, поэтому в команде важно вербальное общение, похвала за заслуги [2, с. 3].

Американский психолог Джон Холланд предложил классификацию типов личности, который описал сферы профессиональной деятельности, в которых человек скорее добьётся наибольшего успеха, благодаря своим личностным особенностям. Он выделил шесть типов личности: реалистичный, исследовательский, социальный, конвенциональный, предприимчивый, артистичный [3, с. 2]. Данная классификация легла в основу принципа формирования команды с учётом особенности типов личности.

Предприимчивый и конвенциональный тип всегда проиграют социальному, когда нужно объяснить что-то новое или сгладить противоречия в команде. Социальный тип отвечает за ориентацию на работу в группе, эмоциональную теплоту, ведению дискуссий и так далее.

Исследовательский тип незаменим там, где нужно анализировать и систематизировать полученные данные, достижение конкретного результата для такого типа людей не на первом месте, им интересен сам процесс решения определённых задач. Поэтому для доведения какого-то процесса до практического конца, команде необходим участник реалистичного типа, то есть тот тип личности, которому важен конечный результат. Реалистичный тип личности, или иначе «мужской» тип» обладает высокой эмоциональной стабильностью, ориентирован на настоящее. Данный тип предпочитает заниматься конкретными объектами и их использованием. Артистическому типу присущ эмоционально сложный взгляд на жизнь. В отношениях с окружающими опирается на свое воображение и интуицию. Данный тип личности незаменим в команде, когда требуется творческая составляющая, в том числе и на этапе генерации идей. Как правило, у каждого человека выражены качества двух или трёх типов, но обычно один из них является более доминирующим.

Изучив типы личности по классификации американского психолога Джона Холанда, можно сделать вывод, что суть данной теории заключается в том, что успех в профессиональной деятельности зависит от соответствия типа личности и типа профессиональной среды. Поведение человека определяется не только его личностными особенностями, но и окружением, в котором он проявляет свою активность. Люди стремятся найти профессиональную среду, свойственную своему типу, которая позволила бы им полнее раскрыть свои способности, выразить ценностные ориентации.

Таким образом, в данной статье рассмотрены принципы, влияющие на эффективность командной работы. основополагающим в командообразовании являются: единая миссия, цель, коллективное

выполнение заданий, умение принимать ответственность на себя, а также определённые формы стимулирования. Для эффективной работы команды необходимо грамотно установить тип личности каждого из её членов, а также соответственно распределить между ними обязанности, соответствующие сильным сторонам типа личности каждого из них.

Список литературы

1. Солодова Е.П. Командообразование как современный метод управления человеческими ресурсами // Экономика и бизнес. 2018. № 3. С. 67-73.
2. Токпанова А.А. Team building. Развитие навыков работы в команде - как основа эффективной научной деятельности // Вестник казахского медицинского университета. 2018. № 1. С. 365-367.
3. Наянова К.В. Тимбилдинг как сочетание метода обучения и сплочения персонала // Профессиональная ориентация. 2018. № 3. С. 133-136.

References

1. Solodova E.P. Team building as a modern method of human resource management // Economics and Business. 2018. №. 3, pp. 67-73.
2. Tokpanova A.A. Team building. Development of teamwork skills - as the basis for effective scientific activity // Bulletin of the Kazakh Medical University. 2018. №. 1, pp. 365-367.
3. Nayanova K.V. Teambuilding as a combination of training method and staff rallying // Professional orientation. 2018. № 3, pp. 133-136.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Камышник Вадим Владимирович, студент

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

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

tchester.krak@yandex.ru

Петров Сергей Валерьевич, к. э. н., доцент кафедры ГПиУТД
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*
ул. Студенческая, д. 8, г. Владимир, 600000, Россия
psv01@yandex.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Kamyshnik Vadim Vladimirovich, student
*Vladimir State University named after Alexander Grigorievich
and Nikolai Grigorievich Stoletovs*
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia Federation
tchester.krk@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-5418-6929

Petrov Sergey Valerievich, Candidate of Economic Sciences, Associate
Professor of the Department of State Pedagogical Sciences
*Vladimir State University named after Alexander Grigorievich
and Nikolai Grigorievich Stoletovs*
8, Studencheskaya Str., Vladimir, 600000, Russia
psv01@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-9207-4976

УДК 332.02

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОЛОГИИ SCRUM В МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОЕКТАХ

Кашицына Т.Н., Минеев Д.А.

Данная статья определяет актуальность использования современных, универсальных методологий управления маркетинговыми проектами. Подробно рассмотрено применение методологии scrum в управлении маркетинговых проектах. В данном исследовании рассмотрены основные роли Scrum и их обязанности в системе управления проектами.

Ключевые слова: *управление проектами; scrum; маркетинг; маркетинговые проекты.*

APPLICATION OF SCRUM METHODOLOGY IN MARKETING PROJECTS

Kashitsina T.N., Mineev D.A.

This article defines the relevance of using modern, universal methodologies for managing marketing projects. The application of the scrum methodology in the management of marketing projects is considered in detail. This study examines the main roles of Scrum and their responsibilities in the project management system.

Keywords: *project management; scrum; marketing; marketing projects.*

Выход за рамки бюджета, работники не укладываются в сроки, одни и те же задачи – со всем этим непременно сталкивался каждый человек, занимающийся управлением. Чтобы наладить процессы управленцы прибегают к использованию управления проектами, сейчас эта сфера, как никогда популярна и актуальна. Грамотно выстроенное управление проектами в компании влияет на её эффек-

тивность, прибыль и репутацию. Но прогресс в данной сфере не стоит на месте и мы видим всё больше новых подходов и методов управления проектами. Одним из таких методов является SCRUM. Актуальность выбранной темы обуславливается тем, что многие маркетинговые проекты получаются провальными из-за неправильной разработки системы менеджмента.

Сущность подхода SCRUM заключается в том, что за проектом, владелец продукта всегда наблюдает на разных стадиях, это позволяет снизить риск взаимонепонимания и достичь желаемого результата проекта [1].

Как и в любом проекте в методологии scrum существуют роли. Всего их три они представлены на рисунке 1.



Рис. 1. «Роли в Scrum»

Как только команда приступит к работе над проектом нужно создать «бэклог» – это список задач. Команда маркетингового проекта являются наиболее подходящими для метода scrum, так как это небольшая группа людей от 5 до 9 человек. Большее количество участников затруднит обмен информацией.

Для внедрения scrum методологии в любую сферу требуется сертифицированный scrum-мастер, который объяснит и поможет реализовать основные инструменты. Затем команда начинает их дорабатывать, чтобы они соответствовали их сфере деятельности.

Одна из особенностей scrum – это отсутствие иерархии, так как все являются членами группы.

Бывают случаи, когда задач избыток или недостаток, в таком случае scrum-мастер согласовывает с владельцем продукта каким задачам, в случае избытка, отдать приоритет и какие задачи, в случае недостатка, можно перенести из следующего спринта. Стоит учитывать, что в scrum задача выполненная наполовину-это невыполненная задача. Все поставленные задачи, которые были поставлены на один спринт, к концу этого спринта должны быть выполнены на 100% [2].

Одна из сложностей именно маркетинговых проектов кроется именно в выполнении плана. Конкуренты не стоят на месте и тоже постоянно совершенствуются – просчитывают ходы, перестраиваются. Из-за чего в итоге кто-то остаётся позади, а кто-то вырывается в лидеры. Таким образом в маркетинговых проектах очень важны гибкость и быстрота. И по этому выбран Scrum.

Даниил Ваховский директор по маркетингу сервиса Uklon, отвечая на вопрос о позитивных изменениях после внедрения scrum в компанию сказал: «Мы стали очень быстрыми и гибкими. Для запуска национальной промокампании нам нужно намного меньше времени и людей. Сейчас, вспоминая свои предыдущие места работы, мне трудно представить, чем в отделе маркетинга может заниматься 25–30 человек. А ведь есть даже отделы по 50 человек.»[3]. Так же он отметил, что любой отдел маркетинга можно сократить в 2–3 раза без потери качества работы, а наоборот существенно повысить работу отдела за счет лишней коммуникации и создании большей прозрачности в работе.

Применение методологии scrum требует понимания – зачем это нужно. Scrum – полноценная, рабочая методология, а не современная модная фишка. Каждый участник должен отдавать процессу всего себя. За время одного спринта, длительностью две недели команда уже будет иметь конкретные результаты. Преимуществом метода является быстрота, быстрота планирования, быстрота анализа и исправления ошибок. И всё это реализуется под присмотром

владельца продукта, что помогает избежать недопонимания и такого явления как недосказанность. В маркетинговых проектах данный подход даст следующие возможности: быстрый запуск проекта с наиболее приоритетными функциями, регулярные демонстрации разработок заказчику, внесение исправлений ещё на этапе реализации. Всё это позволит избежать полного провала и разочарования заказчика. Что в суровых реалиях рынка, где тысячи конкурентов с постоянно меняющимся продуктом даст несомненные преимущества в реализации маркетингового проекта.

Список литературы

1. Scrum в маркетинге: Зачем он нужен? [Электронный ресурс] // 2020 – Режим доступа https://njt.ru/local/templates/navigator_new/include/download_file.php?file=92219 – (дата обращения: 25.04.2021).
2. Scrum: революционный метод управления проектами / Д. Сазерленд, М.: Издательство МИФ, 2016.
3. Scrum в маркетинге на примере сервиса Uklon [Электронный ресурс] // 2017 <https://l-a-b-a.com/blog/show/104> – (дата обращения: 12.04.2021).

References

1. Scrum in marketing: Why do you need it? [Electronic resource] // 2020 – access Mode https://njt.ru/local/templates/navigator_new/include/download_file.php?file=92219 (date of application: 25.04.2021).
2. Scrum: a revolutionary method of project management / D. Sutherland, M.: Publishing house of MYTH, 2016.
3. Scrum in marketing on the example of service Uklon [Electronic resource] // 2017 <https://l-a-b-a.com/blog/show/104> (date of application: 12.04.2021).

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Кашицына Татьяна Николаевна, 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
kashicina@yandex.ru*

Минеев Дмитрий Алексеевич, магистрант

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

*ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
mineev.dima.97@mail.ru*

DATA ABOUT THE AUTHORS

Kashitsina Tatiana Nikolaevna, Candidate of Economic Sciences, 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
kashicina@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-9183-2811*

Mineev Dmitrii Alekseevich, Master's student

*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay
Stoletovs*

*87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
mineev.dima.97@mail.ru*

УДК 519.24

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЦЕН НА ЕВРОПЕЙСКИЕ ОПЦИОНЫ

Костин А.В., Панкова М.А., Хрипунова М.Б.

Рассмотрены методы прогнозирования и вычисления цен на европейские опционы, осуществляемые на основе использования модели стохастической волатильности. Проанализирована актуальность применения моделей в оценке стоимости данного финансового инструмента. Также рассмотрен сам финансовый инструмент – европейский опцион: его релевантность, популярность и сложность в использовании. Более того, объяснена математическая реализация данных моделей.

Ключевые слова: *опцион; математическая модель; прогнозирование; стохастическая волатильность; модель Блэка-Шоулза; модель Хестона; модель Монте-Карла экономика; финансовые методы.*

THE EUROPEAN OPTIONS PRICES PREDICTIONS

Kostin A.V., Pankova M.A., Khripunova M.B.

This article contemplates the method of anticipation and calculation of prices on the European options. It is conducted with the use of stochastic volatility model. The relevance of this model utilization in the option's price evaluation has been analyzed. The financial instrument: The European option, its actuality, popularity and complexity of usage have been reviewed as well.

Keywords: *option; mathematical model; anticipation; stochastic volatility; economy; financial methods; Heston model; Monte-Carlo model.*

В 2020-м году произошел значительный приток новых участников на Московскую Биржу, число инвесторов увеличилось на 167% [1], что было обусловлено влиянием пандемии COVID-19 и экономического кризиса, произошедшим на фоне пандемии. Можно

было наблюдать обширную рекламную кампанию различных брокеров с призывом инвестировать в ценные бумаги. Широкие слои населения проявили интерес к сохранению и приумножению своих капиталов, поэтому сегодня высока актуальность вопросов повышения финансовой грамотности и осведомления о более сложных инструментах, чем всем известные акции и облигации.

Одним из наиболее перспективных, однако недооцененных финансовых инструментов является опцион. Для того, чтобы углубиться в изучение данной темы, необходимо апеллировать к базовым понятиям. Опцион – это производная ценной бумаги, которая предоставляет её владельцу право продать или купить определённый актив, такой, как акция или валюта, по заранее определенной цене на фиксированную дату в будущем. Преимущественно опционы используются в развитых странах, они работают для сглаживания рынка и призваны нивелировать риски, позволяя инвесторам хеджировать свои позиции. Эта функция обусловлена тем, что опцион, как и дериватив, «получен» из базового актива.

Выделяют несколько различных типов опционов. Опцион колл, именуемый также опционом на покупку, предоставляет своему держателю возможность приобрести базовый актив в указанный срок по определенной цене. Опцион пут, который иначе называют опционом на продажу, позволяет продать товар, ценную бумагу, или иной актив в определенный срок по фиксированной цене.

Также опционы разделяют по стилям: они могут быть американскими, азиатскими и европейскими. Американский стиль подразумевает исполнение контракта в любой день до окончания срока. Азиатский стиль предполагает исполнение договора по средневзвешенной цене за все время действия опциона с момента его покупки. Под европейским стилем понимают исполнение контракта по истечению срока действия опциона. В дальнейшем речь в статье пойдет именно об опционах европейского стиля.

К преимуществам европейских опционов относят то, что они стоят дешевле, чем американские, из-за более низких рисков эмитентов. Также европейские опционы более удобны для начинаю-

щих инвесторов, так как они не подразумевают активных действия держателя и погружения в технический анализ. Тем не менее, недостатком является жесткость исполнения контракта в указанный срок, поэтому часто держатели не исполняют условия договора, так как это не принесёт им прибыль.

Появившись в середине 17 века во время расцвета спекулятивной торговли цветами в Нидерландах, опционы получили распространение в западноевропейских странах лишь в 20 веке, однако долгое время они оставались финансовым инструментом, неспособным принести высокую прибыль, так как рыночные игроки не были способны определить их конечную стоимость, доверяясь в этом вопросе интуиции и субъективным мнениям. Однако в 1973 году американские исследователи Ф. Блэк и М. Шоулз представили первую модель ценообразования опционов, которая позволила прогнозировать цену данных активов на основе научных данных, тем самым изменив весь фондовый рынок: благодаря работе учёных возникла принципиально новая финансовая система, основанная на деривативной, фьючерсной, опционной торговле.

В основе модели находится утверждение о том, что рынок самостоятельно устанавливает цену опциона при торговле на рынке базового актива. Также экономисты обращают особое внимание на следующий факт: волатильность актива играет определяющую роль в формировании цены актива. Блэк и Шоулз отметили, что эти 2 показателя взаимосвязаны – на основании известной цены опциона можно спрогнозировать уровень волатильности рынка.

Рассчитывать цену опциона пут американские математики предложили по следующей формуле:

$$P(S,t) = Ke^{-r(T-t)} N(-d_2) - SN(-d_1)$$

Цена на опцион колл же прогнозируется следующим образом:

$$C(S,t) = SN(d_1) - (Ke^{-r(T-t)} N(d_2))$$

В этой формуле использованы несколько показателей:

$C(S,t)$ – цена опциона колл в данный момент времени; S – стоимость базового актива в данный момент времени; $N(x)$ – вероятность уменьшения отклонения при нормальном распределении; K – стоимость ис-

полнения опциона; r – безрисковая ставка; $T-t$ – период, оставшийся до истечения срока опциона; σ – волатильность базового актива.

Сегодня модель Блэка-Шоулза используется в различных сферах: при помощи данных формул определяются недооцененные и переоцененные опционы на фондовом рынке, осуществляется хеджирование портфеля в целях снижения рисков инвесторов, а также прогнозирование рыночной ситуации на основе показателей волатильности.

В Российской Федерации модель Блэка-Шоулза нашла свое применение также в оценке месторождений природных ресурсов, инвестиционных проектов, вычислении стоимости холдинговых компаний.

Если обратиться к деятельности частных инвесторов, то формула американских исследователей позволила сформировать безрисковый портфель вследствие того, что стало возможно уравнивать убытки по опционам прибылью по акциям, и наоборот.

Далее перейдем к рассмотрению метод Монте-Карло. Его сущность состоит в прогнозировании матожидания выплаты по опциону путём генерации показателей волатильности базового актива. Принцип действия данного метода можно рассмотреть по аналогии с подкидыванием кубика: после подбрасывания игральные кости, к примеру, 100 тысяч раз, вычисляется среднее значение, выпавшее на кубике. Статистические данные показывают, что эти данные получаются очень близкими к аналитически рассчитанной величине математического ожидания, к примеру, равными 3,49 или 3,51. Стоит отметить, что точность значения повышается с увеличением числа попыток. Симуляция Монте-Карло включает в себя полный набор итераций, то есть подобных отдельных попыток. При определении стоимости опциона используется аналогичная методика: рассчитывается среднее значение выплаты, генерируемое опционом к сроку окончания его действия.

Генерирование цены происходит в соответствии с уравнением:

$$St = S_0 \times \exp((\mu - 1/2\sigma^2)t + \sigma\sqrt{t} \times N_{0,1}),$$

где μ – предполагаемая доходность базового актива, в % годовых, σ – волатильность базового актива в %, $N_{0,1}$ – случайная величина, имеющая стандартное нормальное распределение.

В 1993 году Стивен Хестон разработал и представил модель по прогнозированию цен на европейские опционы [2]. В качестве модели стохастической волатильности модель Хестона использует статистические методы для расчета и прогнозирования цены опционов с предположением, что волатильность является произвольной. Предположение о том, что волатильность произвольная, а не постоянная, является важнейшим критерием, который определяет уникальность моделей стохастической волатильности. Модель Хестона обладает свойствами, которые отличают ее от других моделей стохастической волатильности, а именно, данная модель учитывает предполагаемую корреляцию между ценой акции и ее волатильностью и предоставляет решение в закрытой форме (прогноз цены выводится на базе принятого набора математических действий).

Стоит отметить, что, согласно эмпирическим наблюдениям рынка ценных бумаг, волатильность в подобных случаях имеет свойство возвращаться к среднему, то есть принимать среднюю величину после достижения экстремума.

Цена европейского опциона колл по модели Хестона вычисляется по следующей формуле: $C(S_t, V_t, t, T) = S_t P_1 - K \exp(-r(T-t)) P_2$, где S_t – цена базового актива в момент времени t , V_t – это квадратичный процесс с возвратом к среднему, t – момент времени, в который рассчитывается цена, T – время, оставшееся до истечения срока действия опциона.

Данные расчёты можно производить как аналитически, так и путём математического моделирования в средах программирования, таких как C# и Python, что способствует более быстрому и точному проведению вычислений.

Список литературы

1. Статистика по клиентам // Московская Биржа URL: <https://www.moex.com/s719> (Дата обращения: 15.04.2021).
2. Heston S.L. A Closed-Form Solution for Options with Stochastic Volatility with Applications to Bond and Currency Options // The Review of Financial Studies. 1993. №6(2).

3. Dunn R., Hauser P., Seibold T., Gong H. Estimating Option Prices with Heston's Stochastic Volatility Model // Valparaiso University. 2015. №7.
4. Grzelak L.A., Oosterlee C.V. On the Heston Model with Stochastic Interest Rates // SIAM Journal on Financial Mathematics. 2011. №2(1).
5. Халл Д. Опционы, фьючерсы и другие производные финансовые инструменты. М.: Вильямс, 2019.

References

1. Статистика по клиентам // Московская Биржа URL: <https://www.moex.com/s719> (Дата обращения: 15.04.2021).
2. Heston S.L. A Closed-Form Solution for Options with Stochastic Volatility with Applications to Bond and Currency Options // The Review of Financial Studies. 1993. №6(2).
3. Dunn R., Hauser P., Seibold T., Gong H. Estimating Option Prices with Heston's Stochastic Volatility Model // Valparaiso University. 2015. №7.
4. Grzelak L.A., Oosterlee C.V. On the Heston Model with Stochastic Interest Rates // SIAM Journal on Financial Mathematics. 2011. №2(1).
5. John C. Hull Options, futures, and other derivatives // University of Toronto. 2015.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Костин Алексей Владимирович, студент факультета международных экономических отношений
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
Ленинградский проспект, 49, г. Москва 125993, Россия
kost1nal@yandex.ru

Панкова Мария Александровна, студентка факультета международных экономических отношений
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
Ленинградский проспект, 49, г. Москва 125993, Россия
marpankova@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

Kostin Aleksey V., student of the Faculty of International Economic Relations
Financial University under the Government of the Russian Federation
49 Leningradsky Prospekt, Moscow 125993, Russia
kost1nal@yandex.ru
ORCID: 0000-0003-3585-0294

Pankova Maria A., student of the Faculty of International Economic Relations
Financial University under the Government of the Russian Federation
49, Leningradsky Prospekt, Moscow 125993, Russia
mapankova@gmail.com
ORCID: 0000-0002-5740-057X

Khripunova Marina B., Scientific Supervisor, Candidate of Physical 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 332.02

МЕТОДОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В РЕГИОНАХ РФ

Ловкова Е.С., Алхаммуд Мажд

Статья посвящена исследованию подходов к формированию методологии развития системы управления проектами в регионах России. Основой разработки методологии управления проектами является метод стратегического целеполагания, позволивший произвести разделение стратегических целей во взаимосвязи таких базовых концепций целеполагания. В основу исследования положена проблема эффективного управления проектами в регионах, решение которой напрямую связано с обеспечением прорыва России в научно-технической сфере.

Ключевые слова: *система управления проектами; регион; стратегия.*

METHODOLOGY FOR DEVELOPING A PROJECT MANAGEMENT SYSTEM IN THE REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION

Lovkova E.S., Alhammud Majd

The article is devoted to the study of approaches to the formation of the methodology for the development of the project management system in the regions of Russia. The basis for the development of the project management methodology is the method of strategic goal setting, which made it possible to separate strategic goals in the relationship of such basic goal setting concepts. The research is based on the problem of effective project management in the regions, the solution of which is directly related to ensuring Russia's breakthrough in the scientific and technical sphere.

Keywords: *project management system; region; strategy.*

Обеспечение системной стабильности российской экономики во многом определяется эффективностью реализации национальных проектов, которые непосредственно влияют на изменение подходов к управлению проектами на региональном уровне. Реализация масштабных региональных проектов в современной цифровой экономике сопровождается высокой степенью неопределенности. Учитывая рост больших массивов данных в проектной деятельности, важно выбрать и обосновать соответствующие математические инструменты для обработки данных, которые позволят руководителям принимать более объективные управленческие решения.

Среди наиболее надежных методов анализа данных в управлении проектами следует выделить различные методы классификации – нейронные сети, дискриминантный анализ, квадратичный дискриминантный анализ (QNA), метод k-ближайшего соседа (KNN), полиномиальный логистический регрессионный анализ (MNL) (Chou, Cheng, & Wu, 2013; Malhotra, Sharma, & Nair, 1999; Ю., 2011). Основной проблемой для регионов является управление большими объемами данных при одновременной реализации нескольких проектов.

Формирование методологии системы управления проектами основано на применении следующих методов и подходов: системный подход; метод стратегического целеполагания; метод стратегического анализа; концептуальные положения теории управления заинтересованными сторонами; метод фокус-группирования; метод экономических сравнительных исследований.

Разработка инструментов управления проектами для региона – сложная научно-практическая задача, которая может быть решена совместными усилиями высшего руководства на региональном и муниципальном уровнях, а также видными учеными в области регионального управления. Указом Президента Российской Федерации «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» от 05.07.2018 № 204, приоритетные направления развития России были определены: демографические; здравоохранение; образование; жилье и городская среда; экологии; безопасные и качественные

дороги; производительность труда и поддержка занятости; наука; в цифровой экономики; культура; малый и средний бизнес и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы; международное сотрудничество и экспорт.

Стратегическая роль регионов заключается в формировании направленности развития на основе выполнения задач по обеспечению достижения национальных целей и стратегических задач развития Российской Федерации. Очень важная роль отводится управлению проектами в регионах.

Основой для разработки методологии системы управления проектами является метод стратегического целеполагания, позволивший произвести разделение стратегических целей во взаимосвязи таких базовых понятий целеполагания:

- 1) направления развития;
- 2) стратегические цели;
- 3) стратегические задачи;
- 4) анализ и оценка массивов данных с использованием прогнозной аналитики, включая статистический анализ, ситуационное моделирование, интеллектуальный анализ данных, анализ текста и объектов, оптимизацию в реальном времени на основе алгоритмов машинного обучения и т.д.;
- 5) ранжирование проектов в региональной системе управления;
- 6) реализация проектов в соответствии с направленностью развития;
- 7) мониторинг и контроль за реализацией проектов.

При разработке методологии системы управления проектами региона, ведущее место занимает целеполагание, включающее миссию, цели и задачи.

В рамках процесса целеполагания определяются направления развития региона.

Они в свою очередь определяют стратегические цели управления проектами. На основе методологии системы управления проектами в рамках каждого направления развития региона определяются конкретные цели и задачи развития. В целях повышения эффективности функционирования системы планирования проектов монито-

ринг должен осуществляться с использованием методов прогнозной аналитики. С учетом выявленных тенденций социально-экономического положения региона в динамике.

Стратегическая роль регионов в обеспечении экономического и научно-технического прорыва России заключается в формировании и реализации направлений развития, обеспечивающих достижение национальных целей и стратегических целей развития Российской Федерации. Важнейшим инструментом устойчивого развития регионов является эффективное управление проектами. В статье предлагается использовать методологию системы управления проектами в качестве основы для разработки инструментов управления проектами в регионе. Методология системы управления проектами в регионе основана на определении направления развития региона – стратегических концепций, информационных технологии и социально-экономического развития, содержащие превентивные цели и задачи, реализация которых обеспечит прорыв в развитии.

Предлагаемая взаимосвязанная система направлений, стратегических целей является основой для определения стратегических мер социально-экономического развития регионов. В целях повышения эффективности функционирования системы управления проектами предлагается осуществлять целенаправленный мониторинг с использованием методов прогнозной аналитики.

Список литературы

1. Екимова Н.А. Проектное управление как фактор активизации экономического роста в регионах// Экономика. Налоги. Право. 2020. 13(3). С. 112-122.
2. Рлыгина Е.Г., Васильева А.Д., Поликарпова А.С. Особенности управления проектами в кризис // Наука Красноярья. 2020. Т. 9. № 1-4. С. 96-102.
3. Skantsev V.M., Lovkova E.S., Kashitsina T.N. The impact of innovation infrastructure on the economic development of regions//Smart Innovation, Systems and Technologies. 2019. Т. 139. С. 380-387.

References

1. Ekimova N.A. Project management as a factor of activation of economic growth in the regions // *Economy. Taxes. Right.* 2020. 13 (3). pp. 112-122.
2. Erlygina E.G., Vasilyeva A.D., Polikarpova A.S. Features of project management in the crisis. 2020. Vol. 9. no. 1-4. p. 96-102.
3. Skantsev V.M., Volkova E.S., Kashirina T.N. The impact of innovation infrastructure on the economic development of regions // *Smart Innovation, Systems and Technologies.* 2019. Vol. 139. pp. 380-387.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Ловкова Елена Сергеевна, к.э.н., доцент, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»
ФУБОУ ВО «Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
nikishinaes@yandex.ru

Алхаммуд Мажд, магистрант

ФУБОУ ВО «Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия

DATA ABOUT THE AUTHORS

Lovkova Elena S., candidate of economic sciences, professor of management and marketing chair
Vladimir State University Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
nikishinaes@yandex.ru

Alhammud Majd, master student

Vladimir State University Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation

УДК 349.4

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ КАДАСТРОВАЯ ОЦЕНКА
ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ
РОССИЙСКОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА**

Луфференко Г.Н., Юсипова И.В.

Статья ставит своей целью изучение опыта проведения процесса кадастровой оценки земельных участков за рубежом в сравнении с аналогичной процедурой в Российской Федерации. Кроме того в статье предлагается применение зарубежного опыта в процессе проведения государственной кадастровой оценки земельных участков в России, а также на основе зарубежного опыта предлагается внесение изменений в отечественное законодательство касательно кадастровой оценки земли.

Ключевые слова: кадастровая оценка земель; кадастровая стоимость земельных участков; проведение кадастровой оценки.

**STATE CADASTRAL ASSESSMENT
OF LAND PLOTS: COMPARATIVE ANALYSIS OF RUSSIAN
AND FOREIGN EXPERIENCE**

Luferenko G.N., Yusipova I.V.

The article aims to study the experience of carrying out the process of cadastral valuation of land plots abroad in comparison with a similar procedure in the Russian Federation. In addition, the article proposes the use of foreign experience in the process of conducting the state cadastral valuation of land plots in Russia, as well as, based on foreign experience, it is proposed to amend domestic legislation regarding the cadastral valuation of land.

Keywords: cadastral valuation of land; cadastral value of land; cadastral valuation.

В настоящее время, даже не смотря на проведение реформы Государственной кадастровой оценки в 2020 году, остаются актуальными проблемы определения кадастровой стоимости объектов недвижимости, в том числе определение существенных характеристик, используемых при оценке. Методические разработки государственных органов по данному направлению осуществляются не в полной мере, что затрудняет этот процесс. В России кадастровая оценка земельных участков производится одновременно во всех её субъектах. Ввиду обширной территории и затруднённого контроля за проведением кадастровой оценки на территории всей страны были выработаны определенные принципы данной работы, среди которых одинаковые подходы к критериям оценки, к технологии проведения, а также соотносимость полученных результатов.

В некоторых государствах процедура проведения кадастровой оценки земель доказывает свою эффективность. Такой опыт работы стоит перенять и России с целью повышения качества проведения кадастровой оценки и получения более точных результатов.

Во всём мире кадастровая оценка земель производится одним из двух способов. Первый основывается на нормативных положениях актов, издаваемых органами власти. Такой способ характеризуется наименьшими затратами, простотой использования, сохранением базовых величин при изменении рыночной ситуации, но этот способ не учитывает экономические интересы субъектов землепользования и не отражает экономическую ситуацию.

Второй способ противоположен первому и при его осуществлении учитывается, в первую очередь, рыночная ситуация. Данный способ наиболее сложен, он учитывает экономические интересы всех субъектов землепользования и отражает реальную экономическую ситуацию.

В Германии и Австралии кадастровую оценку осуществляют налоговые органы. Такая деятельность не совсем корректная, так как осуществляется в разрыве связи с государственным земельным контролем. Но, учитывая, что кадастровая стоимость влияет на экономическую ситуацию через налогообложение, такая форма

проведения кадастровой оценки – верный шаг на пути к экономической развитию.

Говоря об объектах кадастровой оценки, здесь также присутствуют существенные отличия. В России, не смотря на единство судьбы земельных участков с располагающимися на них объектами, кадастровая оценка производится раздельно для каждого объекта недвижимости. А в Беларуси, Австралии и Швеции – в отношении единого объекта, представленного в виде земельного участка с объектами на нём. Такой подход может дать наиболее объективные результаты проведения оценки.

Стоит заметить некоторые особенности проведения кадастровой оценки в некоторых государствах. Так, в Германии помимо экономической оценки земли даётся агроклиматическая оценка, что наиболее точно отражает стоимость земли. Такой передовой опыт нельзя не отметить ввиду того, что некоторые земли не способны давать урожай, располагаются в экологически неблагоприятных районах или подвержены изменению климата, что в настоящее время является наиболее актуальным.

Ещё одну особенность проведения кадастровой оценки стоит перенять у Австралии. Хотя кадастровая оценка производится там раз в восемь лет, в государстве производится постоянный сбор рыночной информации, что отражает объективную реальность в экономической сфере и положительно влияет на качественные характеристики процедуры кадастровой оценки.

В России требуется создание единой системы государственной кадастровой оценки объектов недвижимости по образцу зарубежной. Такая система дала бы возможность осуществлять кадастровую оценку земельных участков более качественно, поскольку в настоящее время отсутствует комплексный подход в кадастровой оценке: не учитываются многие факторы земельных участков (агроклиматические условия), нет связи с рыночной ситуацией. В настоящее время отсутствует принцип единства: кадастровая оценка земли производится отдельно на каждом уровне.

В целях улучшения качества проведения кадастровой оценки земельных участков на все территории России требуется изменение за-

конодательной базы, включение комплексной системы оценки с возможностью корреляции с рыночной ситуацией, изменение подхода к оценке недвижимости: проведение кадастровой оценки земли в единстве с располагающимися на нём объектами, что позволило бы сократить расходы на данную деятельность. Заимствование зарубежного подхода к кадастровой оценке земли окажет положительное влияние на её экономическую эффективность (на размер налогообложения).

Список литературы

1. О государственной кадастровой оценке: Федеральный закон от 03.07.2016 N 237-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 04.07.2016. N 27. ст. 4170.
2. Осенняя А.В. Кадастровая оценка объектов недвижимости в современных условиях / Осенняя А.В., Будагов И.В., Хахук Б.А. // Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции. 2017. С. 85-89.
3. Осенняя А.В. Проблемы методики кадастровой оценки в современных условиях / Осенняя А.В., Будагов И.В., Хахук Б.А. // Современные исследования основных направлений гуманитарных и естественных наук. 2017. № 11. С. 742-743.
4. Павлова В.А. Историческая преемственность приемов и методов оценки сельскохозяйственных земель // Землеустройство, кадастр и мониторинг земель. 2015. № 10 (129). С. 45-50.

References

1. On the state cadastral assessment: Federal Law of 03.07.2016 N 237-FZ // Collected Legislation of the Russian Federation. 04.07.2016. N27.Art. 4170.
2. Osennyaya A.V. Cadastral appraisal of real estate objects in modern conditions / Osennyaya A.V., Budagov I.V., Khakhuk B.A. // Collection of scientific papers based on the materials of the international scientific and practical conference. 2017. S. 85-89.
3. Osennyaya A.V. Problems of the cadastral assessment methodology in modern conditions / Osennyaya A.V., Budagov I.V., Khakhuk B.A. // Modern research of the main directions of the humanities and natural sciences. 2017. No. 11. S. 742-743.

4. Pavlova V.A. Historical continuity of techniques and methods for assessing agricultural land // Land management, cadastre and monitoring of lands. 2015. No. 10 (129). S. 45-50.

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Луференко Гелиана Николаевна, магистрант Юридического института им. М.М. Сперанского

ФГБОУ ВО «Владимирской государственной университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

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

lina.luferenko@mail.ru

Юсипова Ирина Викторовна, к.ю.н., доцент кафедры «Гражданское право и процесс»

ФГБОУ ВО «Владимирской государственной университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

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

irenaus@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Lufrenko Geliana Nikolaevna, undergraduate of Law Institute named M.M. Speranskiy

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

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

lina.luferenko@mail.ru

Yusipova Irina Viktorovna, Candidate of Law, Associate Professor of the Department of Civil Law and Procedure

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

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

irenaus@mail.ru

УДК 339.138

МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Мархайчук М.М., Зоров М.Д.

В статье рассматриваются теоретические основы маркетингового управления в торговой организации. Рассмотрены виды концепций управления, выделены этапы управления маркетинговой деятельностью.

Ключевые слова: *маркетинг; маркетинговая деятельность; концепции управления.*

MARKETING MANAGEMENT OF THE TRADING ORGANIZATION

Markhaichuk M.M., Zorov M.D.

The article discusses the theoretical outlines of trade organization' marketing management. The types of management concepts are considered, the stages of marketing management are highlighted.

Keywords: *marketing; marketing activities; management concept.*

Вопросы повышения эффективности деятельности торговых предприятий, в том числе на основе маркетингового управления, активно обсуждаются в современной экономической литературе [1, 2, 5, 6]. В условиях рыночной конкуренции ключевым моментом при поставке товаров потребителю является их «ценность и качество». Ведь при продаже товаров предприятие получает денежные средства для осуществления своей деятельности и дальнейшего существования.

Исходя из цели маркетингового планирования для достижения поставленных задач перед компанией, необходимо иметь четкую

стратегию работы, разработка которой базируется на пяти концепциях управления (рис. 1).

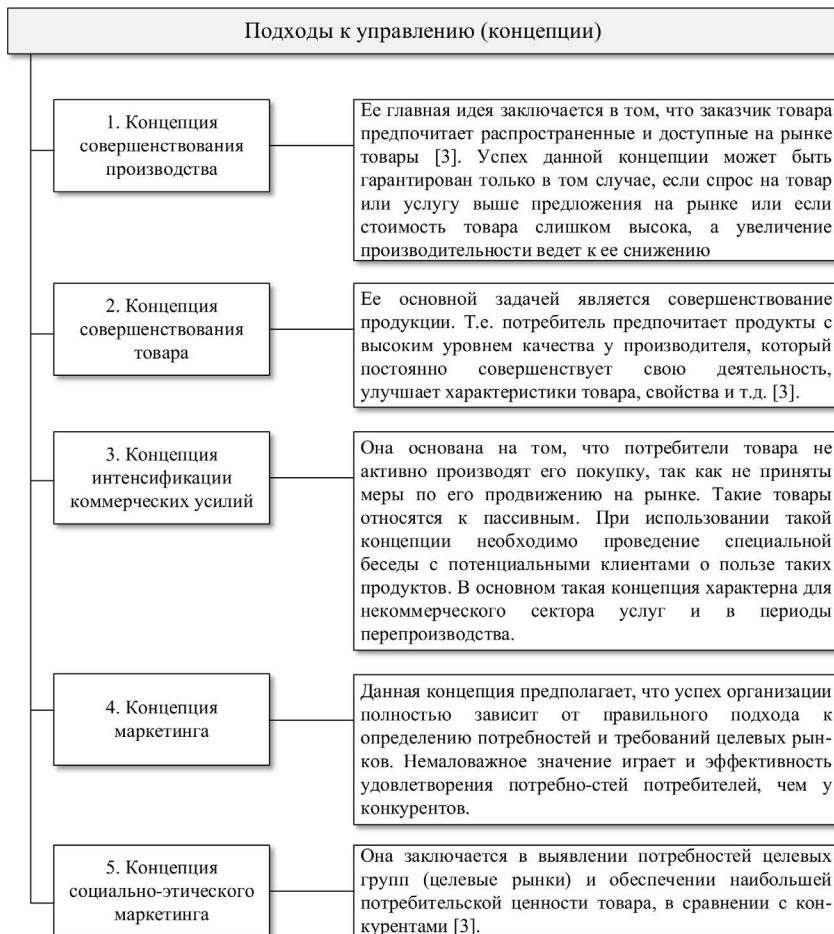


Рис. 1. Подходы к управлению (концепции)

Стоит отметить, что система маркетингового управления подвержена воздействию множества внешних и внутренних факторов. Цели маркетинга связаны с преобразованием потребностей клиентов в прибыль организации. Структура маркетинга должна быть адап-

тируема и гибка, так как задачи, поставленные перед организацией, их характер и направление могут быстро меняться в современных рыночных условиях в связи с изменением потребительского спроса, роста производства, его сложности и т.д.

Выделим следующие этапы управления маркетинговой деятельностью:

- ситуационный анализ. Заключается в изучении общего состояния предприятия;
- маркетинговый синтез. Происходит становление целей и задач;
- разработка и реализация плана в рамках основных элементов маркетинговой деятельности;
- оценка и контроль результатов деятельности.

Для слаженной работы организации и достижения поставленных целей, а также при решении многих задач необходимо создание организационных подразделений в службе маркетинга. Необходимо наличие отдела, который занимался бы исследованием рынка и управлением ассортиментом товаров, Также важным является наличие сбытового отдела и отдела по формированию спроса и стимулированию сбыта. Сюда входит реклама организации и стимулирование продаж. Это все говорит о необходимости применения системы маркетинговых коммуникаций. Такие коммуникации являются главным маркетинговым инструментом. Маркетинговые коммуникации – контакт между бизнесом и субъектами рынка с целью поддержания и установления долгосрочных отношений, а также взаимовыгодного сотрудничества.

Не стоит забывать о том, что не у всех организаций есть возможность содержать такое количество подразделений. Здесь служба маркетинга организовывается с учетом специфики деятельности компании.

При создании службы маркетинга необходимо постановка четких и конкретных задач, а также обязанностей перед специалистами, которые будут заняты в данной сфере деятельности. Правильное их определение предполагает соблюдение таких принципов, как соответствие задачам и функциям содержания деятельности службы маркетинга; исключение их повтора в разрезе различных

структурных звеньев; выполнение определенных задач и функций; постоянное совершенствование работы управления маркетинговой деятельностью предприятия.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что главной составляющей при регулировании деятельности торговых предприятий, а также при организации четкой и слаженной работы всех структурных подразделений является работа хозяйствующего субъекта торговой сферы с современными методами организации маркетинговой деятельности. Такая эффективная работа позволяет произвести баланс экономической и социальной составляющей, способствует активному увеличению темпов роста предприятия, снижению негативного влияния внутренних и внешних факторов на окружающую среду.

Список литературы

1. Изюмова Н. Ю. Тенденции формирования и реализации экологического направления в деятельности торговых предприятий // Экономика и предпринимательство. 2018. № 6(95). С. 971-975.
2. Мархайчук М.М., Ярьес О.Б. Онлайн торговля в Российской Федерации: состояние и перспективы развития // Экономика и управление: проблемы, решения. 2019. № 2(5). С. 83-89.
3. Федорова Н.В. Организационная эффективность системы маркетинга на предприятии // Маркетинг. 2015. №2. С. 64-66.
4. Чурикова Н.В., Якушев П.В. Организация маркетинговых исследований // Предприниматель. №2. 2014. С. 44-49.
5. Markhaichuk, Impact of Online Retail on Economic Development in Russian Regions // Innovation Management, Entrepreneurship and Sustainability (IMES 2018). 2018. pp. 635-644.
6. Teslenko I.B., Gubernatorov A.M., Bezdudnaya A.G. Current barriers of innovation development of Russian entrepreneurship // Knowledge, Service, Tourism & Hospitality 2016 (SERVE 2016). 2016. p. 145.

References

1. Izjumova N.Ju. Tendencii formirovaniya i realizacii jekologicheskogo napravlenija v dejatel'nosti torgovyh predpriyatij [Trends in the for-

- mation and implementation of environmental trends in the activities of trade enterprises] / *Jekonomika i predprinimatel'stvo* [Economics and Entrepreneurship], 2018, no. 6(95), pp. 971-975.
2. Markhaichuk M.M., Yares O.B. Onlajn trgovlja v Rossijskoj Federacii: sostojanie i perspektivy razvitija [Online trading in the Russian Federation: problems, solutions] / *Jekonomika i upravlenie: problemy, reshenija* [Economics and Management: Problems, Solutions], 2019, no. 2(5), pp. 83-89.
 3. Fedorova N.V. Organizacionnaja jeffektivnost' sistemy marketinga na predpriyatii [Organizational effectiveness of the marketing system at the enterprise] / *Marketing* [Marketing], 2015, no. 2, pp. 64-66.
 4. Churikova N.V., Jakushev P.V. Organizacija marketingovyh issledovanij [Organization of marketing research] / *Predprinimatel'* [Entrepreneur], 2014, no. 2, pp. 44-49.
 5. Markhaichuk, Impact of Online Retail on Economic Development in Russian Regions / *Innovation Management, Entrepreneurship and Sustainability (IMES 2018)*, 2018, pp. 635-644.
 6. Teslenko I.B., Gubernatorov A.M., Bezdudnaya A.G. Current barriers of innovation development of Russian entrepreneurship / *Knowledge, Service, Tourism & Hospitality 2016 (SERVE 2016)*, 2016, p. 145.

ДАНИЕ ОБ АВТОРАХ

Мархайчук Мария Михайловна, кандидат экономических наук,
доцент кафедры коммерции и гостеприимства
*Владимирский государственный университет им. А.Г. и
Н.Г. Столетовых*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
m.marhaychuk@gmail.com

Зоров Максим Дмитриевич, магистрант
*Владимирский государственный университет им. А.Г. и
Н.Г. Столетовых*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия

DATA ABOUT THE AUTHORS

Markhaichuk Maria Mikhailovna, PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Commerce and Hospitality

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

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

m.marhaychuk@gmail.com

ORCID: 0000-0003-3459-9229

Zorov Maxim Dmitrievich, Master's student

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

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

УДК 330.332

УЧЁТ ИНВЕСТИЦИОННЫХ АКТИВОВ

Маслакова Д.О.

В статье рассмотрены нормативно правовые акты регулирования и методика учета инвестиционного актива.

Метод или методология проведения работы: метод экспертных оценок.

Результаты: проведена оценка инвестиционных активов, согласно отраслевому стандарту бухгалтерского учёта.

Область применения результатов: результаты могут служить основой дальнейших исследований в области учёта инвестиционного актива и представляют интерес для научных работников, аспирантов, магистрантов.

Ключевые слова: инвестиции; инвестиционный процесс; инвестиционный актив; бухгалтерский учёт; финансовые вложения.

ACCOUNTING FOR INVESTMENT ASSETS

Maslakova D.O.

The article considers the regulatory legal acts of regulation and the methodology of accounting for an investment asset.

Methodology: methods of expert assessments

Results: the investment assets were evaluated according to the industry accounting standard.

Practical implications: the results can serve as a basis for further research in the field of the investment market and are of interest to researchers, postgraduates, and undergraduates.

Keywords: investments; investment process; investment asset; accounting; financial investments.

Расширение или модернизация производства возможно за счет, развитой ресурсной базы, которую можно пополнять благодаря внешним источникам финансирования (займов). Расходы же которые понесёт компания по получению и использованию заемных средств, складываются из процентов и прочим расходам [6]. Расходы по займам и кредитам, в том числе дополнительные расходы, регламентируются положением по бухгалтерскому учёту (ПБУ) 15/2008 «Учет расходов по кредитам и займам». Предприятие имеет право, капитализировать проценты, увеличивая цену инвестиционного актива за счёт включения данных расходов в первоначальную стоимость.

Согласно приказу Министерства финансов Российской Федерации №57-н от 06 апреля 2015 г. «Об утверждении положения по бухгалтерскому учёту» ПБУ 15/2008 «Учёт расходов по займам и кредитам», под инвестиционным активом будем понимать «...материальные, нематериальные активы или иные внеоборотные средства, подготовка которых к предпологает использование требующее длительного периода и существенных расходов на приобретение, сооружение и (или) изготовление» [3].

К объектам инвестиционных активов можно отнести: производство и строительство, носящее незавершенный характер, но с условием, что они будут приняты к бухгалтерскому учёту выгодоприобретателем или инвестором. К субъектам инвестиционных активов кроме инвесторов (институциональных и индивидуальных), также можно отнести субъекты, относящиеся к малому предпринимательству, кроме организаций, выпускающих и публично размещающих ценные бумаги, все проценты по кредитам и займам (в т. ч. по привлеченным для покупки, сооружения) могут включать в состав прочих расходов.

Критерии для группировки объектов могут быть: материальные, финансовые, интеллектуальные, а также научно-исследовательские. Разбирая цели инвестирования, можно выделить: прямые портфельные и нефинансовые.

Рассматривая баланс компании, принимающий к учёту инвестиционные активы, отметим, что они отражаются в первом разделе

Формы №1 и по учету хозяйственных операций фиксируются на счетах 08 «Вложения во внеоборотные активы» и 58 «Финансовые вложения» [2]. Но предприятие само определяет по средствам учетной политики, показатели отнесения актива к категории инвестиционных.

Согласно отраслевому стандарту бухгалтерского учёта [2] балансовую стоимость инвестиционных объектов определяют, как расходы, направленные на строительство, разработку или приобретение объектов; проценты по займам вложенные в инвестиционные активы. Важно учесть то, что проценты включать в стоимость актива необходимо до момента пока он не введен в эксплуатацию, в том случае если объект уже находится в пользовании или же ведутся работы по его строительству или разработке с привлечением заемных средств.

Если предприятию необходимо провести в бухгалтерском учете операции, связанные с получением долгосрочного банковского кредита по $n\%$ годовых для приобретения оборудования. Необходимо, отразить бухгалтерские проводки по дебету и кредиту соответствующих счетов, представленные в табл. 1 (пример является условным). ООО «Владимир РП» решило приобрести оборудование. В учетной политики организации присутствует пункт, где его можно признать инвестиционным активом (стоимость – 7 258 000 руб., в т.ч. НДС 20% – 1 209 667 руб.). Стоимость монтажа и наладки оборудования составила – 275 500 руб., в т.ч. НДС 20% – 45 916 руб. Поступление оборудования состоялось в марте 2021 г., в мае завершили монтаж и наладку и ввели в эксплуатацию оборудование. В связи с производственной необходимостью, Руководство предприятия принимает решение взять кредит в размере 6 100 000руб. под 14,2% годовых (уплачиваются ежемесячно на последний день текущего месяца), сроком на 3 месяца (с 01.03.2021г. по 31.05.2021 г.). Кредит ООО «Владимир РП» вернул в срок. В бухгалтерском учёте организации были сделаны соответствующие проводки.

Очевидно, что, приняв решение не пользоваться кредитными средствами для финансирования инвестиционного актива, у компа-

нии существует возможность вложить неиспользованные кредитные ресурсы в другой актив. если таковым решением будет выдача займа или открытие депозита, то в этом случае проценты, начисленные по займу, уменьшаются на сумму полученной прибыли [5].

Таблица 1.

Журнал хозяйственных операций, на примере условного предприятия

Счет дебета	Счет кредита	Сумма (руб.)	Наименование операции	Сумма (руб.)
Март 2021				
51	66		Получен краткосрочный кредит	6 100 000
07	60		Приобретено оборудование	6 048 333
19	60		Учен НДС	1 209 667
68	19		НДС принят к вычету	1 209 667
60	51		Произведена оплата поставщику согласно выставленному счету за оборудование	7 258 000
08	07		Оборудование передано в монтаж и наладку	6 048 333
08	66		Начислены % по кредиту за март (6 100 000*14,2%/365д.*31д.)	73 567
68	77		Отражено отложенное налоговое обязательство	14 713
66	51		Уплачены % банку	73 567
Апрель 2021				
08	60		Подписан акт выполненных работ (приняты работы)	229 584
19	60		Учен НДС	45 916
68	19		НДС принят к вычету	45 916
60	51		Произведена оплата поставщику согласно выставленному счету за услуги	275 500
08	66		Начислены % по кредиту за апрель (6 100 000*14,2%/365д.*30 д.)	71 194
68	77		Отражено отложенное налоговое обязательство	14 238
01	08		Объект принят к учёту	6 474 345
66	51		Уплачены % банку	71 194
Май 2021				
91	66		Начислены % по кредиту за май (6 100 000*14,2%/365д.*31 д.)	73 567
66	51		Уплачены % банку	73 567
66	51		Обязательства по кредиту выполнены	6 100 000

Если как вариант управленческого решения рассматривается приостановление работ по строительству или разработке инвестиционного актива в течении трех месяцев, то появляется возможность включать проценты в операционные расходы, начиная с первого числа месяца с момента прохождения в трехмесячный перерыв. При возобновлении проводимых работ, у компании возникает возможность отнесения финансовых процентов на счета по учету финансовых вложений (синтетический счет 58 «Финансовые вложения»).

С момента введения в эксплуатацию объекта основных средств, его стоимость переносится на себестоимость готовой продукции посредством амортизационных отчислений. И в этом очевидном процессе существуют и исключения – это объекты потребительские свойства которых не меняются с течением времени.

Список литературы

1. Положение по бухгалтерскому учёту 15/2008 «Учет расходов по кредитам и займам» от 6 апреля 2012 № 107-н.
2. Приказ №94-н от 08 ноября 2010 г. «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учёта финансово хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению».
3. Положение Банка России №492-П от 22 сентября 2015 г. «Отраслевой стандарт бухгалтерского учёта основных средств, нематериальных активов, инвестиционного имуществу, долгосрочных активов».
4. Мялкина А.Ф., Турбина Н.М. Международные и российские аспекты учета инвестиционного имущества // Социально-экономические явления и процессы. 2014. №10. С. 1-7.
5. Кривцов А.И. Отражение инвестиционных активов в бухгалтерском учете // Фундаментальные исследования. 2015. № 6 (2). С. 362-365.
6. Сапожникова Н.Г., Мухаммед А.Д. Учет расходов по привлечению кредитов и займов, связанных с созданием инвестиционных активов // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 12(2). С. 78-81.

References

1. Приказ №57-н от 06 апреля 2015г «Об утверждении положений по бухгалтерскому учету».
2. Приказ №94-н от 08 ноябрия 2010г «Об утверждении Plana schetov bukhgalterskogo uchota finansovo khozyaystvennoy deyatel'nosti organizatsiy i Instruktsii po yego primeneniyu».
3. Положение Банка России №492-П от 22 сентября 2015г. «Отраслевой стандарт бухгалтерского учета основных средств, нематериальных активов, инвестиционного имущества, долгосрочных активов».
4. Myalkina A.F., Turbina N.M. *Mezhdunarodnyye i rossiyskiye aspekty ucheta investitsionnogo imushchestva* [Sotsial'no-ekonomicheskkiye yavleniya i protsessy], 2014. no 10. pp. 1-7.
5. Krivtsov A.I. *Otrazheniye investitsionnykh aktivov v bukhgalterskom uchete* [Fundamental'nyye issledovaniya], 2015. no 6 (2). pp. 362-365.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Маслакова Дарья Олеговна, старший преподаватель кафедры «Коммерции и гостеприимства»; соискатель кафедры «Финансы» *Владимирский государственный университет им. Столетовых; Санкт-Петербургский государственный экономический университет*
ул. Горького, 87, г. Владимир, Владимирская область, 600021, Российская Федерация; ул. Садовая, г. Санкт Петербург, Ленинградская область, 191023 Российская Федерация
mas-dariy@yandex.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Maslakova Daria Olegovna, senior lecturer «Commerce and Hospitality»; candidate «Finance»
Vladimir State University; St. Petersburg State University of Economics 87, Gorky Str., Vladimir, Vladimir region, 600021, Russian Federation; Sadovaya Str., St. Petersburg, Leningrad region, 191023, Russian Federation
mas-dariy@yandex.ru
SPIN-code: 9123-1070
ORCID: 0000-0001-9340-3359

УДК 331.101.3

ВАЖНОСТЬ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ КОМАНДНЫХ РОЛЕЙ В КОМАНДООБРАЗОВАНИИ

Мочалов И.Р., Петров С.В.

Статья посвящена исследованию особенностей влияния командных ролей на процесс командообразования.

Ключевые слова: командообразование; тимбилдинг; команда; командные роли.

THE IMPORTANCE OF TEAM ROLES ASSIGNMENT IN TEAM BUILDING

Mochalov I.R., Petrov S.V.

The article is devoted to the research of the peculiarities of the influence of team roles on team building.

Keyword: team building; team; team roles.

В последнее время использование человеческих ресурсов – одно из самых перспективных направлений повышения конкурентоспособности организаций. Командообразование среди всех инструментов максимизации управленческих ресурсов, является одним из самых эффективных.

Команда – это не просто группа людей, которые занимают определённые должности, напротив, в эффективной команде, каждый человек играет свою роль, которая понятна другим членам. Для успешного командообразования, необходимо понять, какую роль будет выполнять сотрудник, чтобы в дальнейшем найти грамотный подход к сплочению и максимальной реализации командных функций.

Под командообразованием следует понимать процесс целенаправленного построения особого способа взаимодействия людей

в группе (команде), позволяющего эффективно реализовывать их профессиональный, интеллектуальный и творческий потенциал, в соответствии со стратегическими целями данной команды, которые в свою очередь должны быть ретранслированы из целей организации [1, с. 212–214].

Термин «командная роль» характеризует особенности поведения и взаимодействия человека на работе [2, с. 38]. Также у сотрудника есть своя функциональная роль, для исполнения которой, он должен обладать опытом и необходимыми навыками.

Сотрудники, выполняющие одну и ту же функциональную роль, также могут иметь несколько командных ролей, поэтому возникает необходимость в их разграничении. Для понимания того, как правильно распределить командные роли, необходимо сгруппировать и проанализировать всю достоверную информацию о сотрудниках, после чего распределить необходимые роли между ними. Также руководитель может менять роли между участниками команды, пока каждый не получит такую комбинацию, которая будет наиболее оптимальной с точки зрения максимальной эффективности использования потенциала человеческих ресурсов.

Для рассмотрения командных ролей, необходимо понимание того, что есть несколько факторов, влияющих на их распределение: качества личности, особенно эмоциональная стабильность и экстраверсия; интеллектуальные способности; личные ценности, мотивация и принципы; внешние обстоятельства и условия деятельности; прошлый опыт; степень синхронизации сотрудника со своей ролью [3].

Всего Р. Белбин выделил девять командных ролей со своими преимуществами и допустимыми недостатками [2, с. 36]:

1. Генератор идей – креативный сотрудник с богатым воображением, который решает сложные проблемы. Однако он очень часто игнорирует детали и может быть слишком озабочен налаживанием эффективного общения.
2. Исследователь ресурсов – является полным энтузиастом коммуникабельным экстравертом, развивает контакты и анали-

зирует возможности. Отрицательными чертами отмечаются и угасание интереса к работе при потере первоначального энтузиазма.

3. Координатор – грамотный руководитель, уверенный в себе зрелый человек. Умело делегирует полномочия, определяет общие цели и руководит процессом принятия решений. Его слабой чертой является значительная зависимость от мнения других сотрудников.
4. Мотиватор – не теряющий самообладания, динамичный и стимулирующий других сотрудник, обладающий упорством к преодолению препятствий. Может задевать чувства других и раздражать.
5. Аналитик – обладает способностью делать безошибочные выводы, рассматривать все возможные варианты. Мыслит стратегически и благоразумно. Минусом является нехватка способностей к побуждению других людей к действию, а также внутреннего импульса.
6. Вдохновитель – дипломатичный, спокойный и отзывчивый человек, умеющий выслушать и успокоить, предотвратить конфликт. Может легко поддаваться влиянию и быть нерешительным в кризисных ситуациях.
7. Реализатор – надёжный, квалифицированный и дисциплинированный, реализует идеи на практике. Медленно реагирует на новые возможности.
8. Контролёр – своевременно выполняет работу, находит ошибки, старательный и добросовестный. Может быть придирчив по отношению к другим сотрудникам, а также неохотно делегирует свои полномочия, склонен к чрезмерному беспокойству.
9. Специалист – обладает редкими навыками и знаниями, преданный и самостоятельный. Не видит общую картину, имеет только узкую специализацию.

Для эффективного решения любой проблемы достаточно ролей реализатора, координатора, мотиватора, генератора идей и исследователя ресурсов, которые являются основными, однако, в реальной

жизни редко встречаются чистые роли, поэтому недостающие – аналитик, вдохновитель и контролёр помогают нивелировать конфликты, возникающие между основными.

Таким образом грамотное распределение ролей и командообразующие практики, повышают вероятность создания эффективной команды, способной решать широкий спектр задач, необходимых для достижения целей, поэтому рассмотренный метод распределения ролей будет полезен при принятии командообразующих решений.

Список литературы

1. Петров С.В. Командообразование в региональной экономике // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2018. №6. С. 212-214. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/komandoobrazovanie-v-regionalnoy-ekonomike>.
2. Белбин Р.М. Типы ролей в командах менеджеров. М.: HIPPO, 2003. 232 с.
3. BELBIN. URL: <https://www.belbin.com/about/belbin-team-roles>

References

1. Petrov S.V. Team building in the regional economy // Humanities, socio-economic and social sciences. 2018. No. 6. P. 212-214. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/komandoobrazovanie-v-regionalnoy-ekonomike>.
2. Belbin R.M. Types of roles in management teams. M.: HIPPO, 2003. 232 p.
3. BELBIN. URL: <https://www.belbin.com/about/belbin-team-roles>

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Мочалов Илья Романович, студент

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

*ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
ddonald468@gmail.com*

Петров Сергей Валерьевич, к. э. н., доцент кафедры ГПиУТД
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*
ул. Студенческая, 8, г. Владимир, 600000, Россия
psv01@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-9207-4976

DATA ABOUT THE AUTHORS

Mochalov Ilya Romanovich, student
*Vladimir State University named after Alexander Grigorievich
and Nikolai Grigorievich Stoletovs*
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia Federation
ddonald468@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1895-0154

Petrov Sergey Valerievich, Candidate of Economic Sciences, Associate
Professor of the Department of State Pedagogical Sciences
*Vladimir State University named after Alexander Grigorievich
and Nikolai Grigorievich Stoletovs*
8, Studencheskaya Str., Vladimir, 600000, Russia
psv01@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-9207-4976

УДК 339.564

**СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТОВАРОВ ОТЕЧЕСТВЕННОГО
ПРОИЗВОДСТВА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ
ИНОСТРАННОЙ КОНКУРЕНЦИИ**

Пылаева А.С., Сорокин Д.В.

Данная работа посвящена поиску оптимальных инвестиций для повышения привлекательности Российских товаров на внешней экономике, формирования теоретического аппарата и исторической справки.

Ключевые слова: *инвестиции; иностранный капитал; инвестиционная привлекательность; факторы повышения и оценка инвестиционной привлекательности.*

**WAYS TO INCREASE THE INVESTMENT
ATTRACTIVENESS OF DOMESTIC PRODUCTS
IN THE CONTEXT OF GLOBAL FOREIGN COMPETITION**

Pylaeva A.S., Sorokin D.V.

This work is devoted to the search for optimal investments to increase the attractiveness of Russian goods in the foreign economy, the formation of the theoretical apparatus and historical background.

Keywords: *investment; foreign capital; investment attractiveness; factors for increasing and evaluating investment attractiveness*

Для каждой страны инвестирование является неотъемлемой частью благоприятного существования экономики. Инвестирование отражает состояние экономики, занятость населения и экономическое развитие общества. Для России использование иностранных инвестиций сегодня является важной составляющей. Для создания

благоприятных условий инвестирования в страну следует стремиться к открытой экономике, а также зарекомендовать себя на мировом рынке. Но в России привлечение иностранных инвестиций всегда было важной проблемой. Для того, чтобы понять, что же такое инвестиции и как они протекают в РФ, используется такой термин, как инвестиционная привлекательность. Инвестиционная привлекательность – это совокупность различных объективных признаков, свойств, средств и возможностей экономической системы, которые отражают спрос на инвестиции.

Для того, чтобы удостовериться в выборе, стоит обратить внимание на рейтинг журнала *Euromoney*, которой отражает список наиболее благоприятных для инвестирования стран.

Всемирный экономический форум предполагает следующие критерии оценок конкурентоспособности стран:

1. Экономика, движимая факторами производства.
2. Экономика, движимая эффективностью.
3. Экономика, движимая инновациями.

Так, на 2020 год Россия находится на 50-м месте в Индексе мировой конкурентоспособности. Россия экономика рассматривается как, движимая именно эффективностью. Факторами, благодаря которым можно оценить инвестиционную привлекательность страны стоит считать: показатели макроэкономики, уровень развития и жизни общества.

Рейтинг А.Т. Kearney признал Россию перспективной страной для инвестирования. Компанией А.Т. Kearney был опубликован ежегодный рейтинг составляющий список, которые являются наиболее перспективными. Данный рейтинг, является одной из частей более масштабного исследования, которое выявляет наиболее значимые страны, для инвестирования в розничную торговлю.

Так же существуют факторы негативно влияющие на инвестиции:

1. Спад инвестиций в связи с завершением строительства масштабных строек.
2. Высокий уровень коррупционной составляющей.

России может повысить конкурентоспособность товаров отечественного производства с помощью следующих преобразований:

1. Повышение качества товара или услуги. Отечественные товары должны максимизировать свойства производителей отечественных товаров, чтобы так же рос спрос на тот или иной товар или услугу.

2. Уникальность товара. В современных реалиях создать неповторимый товар или услугу сложно, это требует много сил и капиталовложений. Если создать товар, которому не будет аналогов на Внешнем рынке, то товар станет более релевантным.

3. Эксклюзивность. Если добавить в товар что-то эксклюзивное, то он сразу начнет выделяться, среди всех остальных.

4. Ассортимент. Путем расширения ассортимента Россия может увеличить конкурентоспособность товаров отечественного производства.

5. Презентация. Помимо упаковки нужно уметь грамотно презентовать товар или услугу. От подачи товара многое зависит – если она завораживающая и оригинальная, как у Apple, то люди пойдут покупать товар, даже не зная, что у него внутри и за что они отдадут свои деньги.

6. Престиж. Заинтересовать своим товаром и поднять его конкурентоспособность России поможет то, что товары отечественного производства можно сделать брендом, тем самым поднять уровень престижа.

Обобщая пункты увеличения конкурентоспособности товаров отечественного производства, можно выделить то, что повышение конкурентоспособности товара или услуги во многом зависит от качества, уникальности, эксклюзивности и подачи товара.

Подводя итоги исследования можно сказать о том, что Российская экономика и инвестиции в нее не идеальны, но потенциал к развитию есть. Давление со стороны запада хоть и считаются негативным фактором воздействия, но при этом они способствуют созданию все большего количества товаров отечественного производства и поиску нового источника финансирования. Инвестиционная привлекательность России до сих пор находится на очень низком уровне. Для ее повышения, следует предпринять следующее:

1. Искоренение бюрократической составляющей.

2. Развивать регионы для повышения привлечения в них все большего количества инвесторов.

3. Совершенствование бизнеса, то есть проведения инновационных программ совместно с зарубежными университетами.

4. Развитие необходимой инфраструктуры, путем финансирования, для поддержки «стартапов».

5. Отказаться от политики добывающей страны и возвратиться к тому, чтобы без посредников создавать товар или услуги. Снова развивать обрабатывающий сектор экономики.

Список литературы

1. Дермот М. Экономика бизнеса: конкуренция, макростабильность и глобализация / М. Дермот. Москва: Лаборатория знаний, 2020. С. 696.
2. Князева И.В. Актуальные вопросы проведения анализа состояния конкуренции на товарных рынках (методологический комментарий): монография / И.В. Князева, С.Н. Чирихин. Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2020. С. 291.
3. Цариковский А.Ю. Антимонопольное регулирование в цифровую эпоху. Как защищать конкуренцию в условиях глобализации и четвертой промышленной революции: монография / А.Ю. Цариковский. Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. С. 394.

References

1. Dermot M. Business Economics: Competition, Macrostability and Globalization / M. Dermot. Moscow: Laboratory of Knowledge, 2020. P. 696.
2. Knyazeva IV Topical issues of analysis of the state of competition in commodity markets (methodological commentary): monograph / I.V. Knyazeva, S.N. Chirikhin. Novosibirsk: Novosibirsk State Technical University, 2020. P. 291.
3. Tsarikovsky A. Yu. Antitrust regulation in the digital age. How to protect competition in the context of globalization and the fourth industrial revolution: monograph / A. Yu. Tsarikovsky. Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics, 2020. P. 394.

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

Сорокин Денис Вячеславович, студент

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

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
Sorokin.denis2002@yandex.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

Sorokin Denis Vyacheslavovich, student

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

87, Gorky str., Vladimir, 600000, Russian Federation
Sorokin.denis2002@yandex.ru

УДК 378

ЦИФРОВОЕ ОБРАЗОВАНИЯ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

*Синяговский С.Д., Петраков К.А.,
Макаров Е.А., Хрипунова М.Б.*

В данной статье рассматривается проблема внедрения цифровых технологий в систему образования, которая приобрела беспрецедентную актуальность в связи с пандемией коронавируса, раскрывается суть электронного обучения, приводятся примеры мировых тенденций онлайн-образования последних лет. И в заключении статьи приводится пример идеального занятия с использованием инновационных технологий, основанное на когнитивных особенностях современных молодых людей.

Ключевые слова: цифровизация экономического образования; образование; поколение Z; студенты; лекции; e-tech; внедрение технологий в современное образование.

DIGITAL EDUCATION: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

*Sinyagovsky S.D., Petrakov K.A.,
Makarov E.A., Khripunova M.B.*

This article examines the problem of introducing digital technologies into the education system, which has acquired unprecedented relevance in connection with the coronavirus pandemic, reveals the essence of e-learning, and provides examples of global trends in online education in recent years. And in conclusion, the article provides an example of an ideal lesson using innovative technologies, based on the cognitive characteristics of modern young people.

Keywords: digitalization of economic education; education; generation Z; students; lectures; e-tech; introduction of technologies in modern education.

Современный мир очень быстро изменяется. Инновации внедряются в различные сферы, что, является основным показателем непрерывного прогрессирования человека, который постоянно стремится к совершенствованию своих знаний, умений, компетенций, пытается внести свой вклад в развитие окружающего мира. Эти научные прорывы совершаются для того, чтобы облегчать и оптимизировать жизни простых людей. Несмотря на это, некоторые люди, которые являются убежденными консерваторами и оказывают сопротивление любой попытке изменения привычного для них образа жизни, считают, что в цифровизации нет необходимости. Но несмотря на это, внедрение технологий в различные сферы продолжается.

Онлайн-обучение – это форма образования, в которой используются мультимедиа и интернет-технологии [1]. В 2021-ом году E-learning является самой популярной форма дистанционного обучения, которая активно расширяется в течение последних 13-ти лет. По некоторым параметрам онлайн-обучение опережает традиционный очный формат.

По прогнозам российских учёных, к 2025-му году количество людей, обучающихся онлайн достигнет 650-ти миллионов, в то время как количество сторонников привычного формата образования к 2025-му году достигнет 250-ти миллионов.

До 2020-го года в онлайн форматах проводились разве что различные вебинары и курсы, но из-за появления коронавирусной инфекции, министерству образования, в целях соблюдения мер предосторожности, пришлось принять решение о переносе обучения в онлайн-формат. Ввиду того что Правительству РФ пришлось проводить цифровизацию образования в максимально сжатые сроки, дистанционный формат обучения оказался несовершенен. Но к концу 2020-го года можно было наблюдать положительные изменения в процессе дистанционного обучения. Исходя из этого, многие обучающиеся сделали вывод, что дистанционное образование имеет преимущества перед традиционным.

Оборот мирового рынка образования – 4,5–5 триллионов долларов, и по прогнозам экономистов, к 2025-му году увеличится до 6–7 триллионов долларов. Исходя из данных, собранных Education

International, доля дистанционного образования в мировом рынке – 3%, или 165 миллиардов долларов [1]. Благодаря устойчивой динамике роста к 2025-му году цифровая часть индустрии должна достичь 240 миллиардов долларов.

По прогнозам Global Insights доля цифрового образования на рынке достигнет 252 миллиардов долларов уже к 2023-му году [3].

На основе этих показателей можно сделать вывод, что количество людей, предпочитающих дистанционный формат образования с каждым годом неуклонно увеличивается.

В 2016 году российский рынок онлайн образования, по оценке исследовательской группы Edmarket.Digital, достиг 20,7 млрд руб. Расчётный показатель на 2019 год составлял 36,4 млрд руб [4].

В конце 2023 года, по прогнозам российских экономистов, его величина преодолет отметку в 60 миллиардов рублей в год.

Еще до пандемии, сегментная доля онлайн-обучения в России набирала внушительный обороты. Исходя из этого, можно сделать вывод, что онлайн-обучение рано или поздно должно было занять роль в нашей жизни, а эпидемия лишь ускорила этот процесс.

В полной мере с «жизнью онлайн» придется столкнуться современным подросткам, потому что через 10–20 лет именно они будут самым активным ресурсом экономики будущего, а через 20 лет вряд ли хоть что-то будет работать в привычном для нас формате, скорее всего мир будет поглощен если не виртуальной реальностью, то инновационной формой интернета. Поэтому при обучении современных детей следует иметь в виду, что это поколение, которое столкнется с миром будущего во всех его проявлениях. Они будут осваивать профессии, названия которых ещё не придуманы. Следовательно, наиболее важно не столько передать детям теоретические знания, сколько научить их исследовать и познавать окружающий мир.

Если нынешней молодежи придется рано или поздно столкнуться с новым «нано-миром», то нужно начинать готовить их к этому как можно раньше, следовательно перенос обучения для них в онлайн формат как минимум поможет им улучшить свои навыки в использовании технологий.

Миллениаллы уже с детства получали закалку цифровым миром, они играли в компьютерные игры, постигали основы фильтрации поступающей из интернета информации. Детство среди технологий не могло не «перестроить» их работу мозга и способы мышления. К особенностям образа мышления современных молодых людей можно отнести следующие факторы:

- 1) Клиповость мышления. Современные дети усваивают информацию наилучше всего, когда она преподносится в сопровождении различных картинок.
- 2) Дети быстро вникают в информацию и продуктивно работают с ней;
- 3) Склонность к самообразованию. Это поколение людей, которые уверены, что теоретические знания эффективнее всего получать самостоятельно
- 4) Многозадачность. Одновременно могут выполнять различные функции (одновременно смотреть телевизор, делать домашнее задание и разговаривать по телефону)
- 5) Практичность. Современные молодые люди отдают предпочтение комфорту и практичности. В качестве примера можно привести тот факт, что с каждым годом всё меньше девушек используют в качестве обуви туфли на шпильках, потому что понимают: это неудобно.
- 6) Информационный фильтр. Среди психологов бытует мнение, что представители поколения Z обладают плохой памятью, но это мнение ошибочно, потому что молодёжи ежедневно приходится сталкиваться с огромным количеством различной информации, полностью запомнить которую невозможно. В связи с этим у них развился информационный фильтр, оставляющий в долгосрочной памяти лишь важную информацию, а неважную просеивает.

Исходя из перечисленных характеристик, можно сделать вывод, что нынешнее поколение школьников наиболее адаптировано под цифровые технологии и соответственно под дистанционное обучение, главное спланировать его таким образом, чтоб оно учитывало осо-

бенности и специфику этого поколения. Но всё же не стоит забывать, что нынешняя молодежь – это такие же люди, как и представители старшего поколения, которые также должны вносить свою лепту в улучшении качества адаптации детей к цифровому образованию.

На основе особенностей мышления поколения Z российские учёные выделили следующие принципы продуктивного занятия:

Выделение главного в теме. Современная молодежь концентрирует свое внимание только на самой необходимой для них информации, поэтому преподавателю всегда следует делать особый акцент на самых важных фактах из лекции. К тому же обязательно нужно объяснять, почему именно важен какой-либо факт, как знание этого факта может пригодиться в жизни, иначе студент его не запомнит.

Объяснение на примерах. Если преподаватель сможет объяснить, как можно применить сказанные им научные факты на практике, то сказанная им информация будет лучше восприниматься.

Разделение и структуризация. Даже, когда к современным молодым людям поступает исключительно важная информация, которую нельзя пропускать мимо ушей, необходимо помнить о том, что он может сконцентрироваться на какой-либо одной теме максимум 15-20 минут. Дальше им становится скучно, и информация не воспринимается, следовательно, было бы эффективно разбивать задачу важной информации небольшими перерывами, которые можно заполнить разговорами со студентами на отвлечённые темы, желательно дать им возможность высказаться.

Добавление картинок, видео и графиков. Поколение Z обладает клиповым мышлением, поэтому есть смысл к сказанным словам представлять какую-либо картинку, график или же еще лучше видео, это привлечёт внимание студентов, и они лучше запомнят информацию.

Использование смартфонов. Будет очень действенно добавить в презентацию какой-либо QR-код, перейдя по которому, студент найдет какую-либо важную информацию.

Согласно практике внедрения инновационных технологий в различных отраслях, в скором времени high-tech станет более доступным для широких масс населения. Подобная тенденция наблюдает-

ся и в сфере образования. Разразившаяся в 2020-ом году пандемия коронавируса нового типа Covid-19 сделала очевидной необходимость внедрения цифровых сервисов в процесс обучения на всех образовательных уровнях – школьном, вузовском и корпоративном.

Однако перспектива полного перехода среднего и высшего образования в интернет-среду в обозримом будущем является маловероятной. Скорее, возникнут и будут совершенствоваться гибридные формы обучения, реализуемые на основе сочетания очных занятий и использования дистанционных технологий. В то же время стоит учитывать, что процесс всё большего внедрения технологий в нашу повседневную жизнь является необратимым.

Список литературы

1. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». <https://www.iupr.ru/>
2. Что такое онлайн-обучение и как оно проходит. <https://iq007.ru/blog/expert/20200630-cto-takoe-onlajn-obuchenie-i-kak-ono-prohodit>
3. Global Insights. <https://www.global-insight.net/> (Дата обращения 06.04.2021).
4. Исследование российского рынка онлайн-образования и образовательных технологий. <https://edumarket.digital/>

References

1. Scientific electronic library “CyberLeninka”. <https://www.iupr.ru/>
2. What is online training and how it goes. <https://iq007.ru/blog/expert/20200630-cto-takoe-onlajn-obuchenie-i-kak-ono-prohodit>
3. Global Insights. <https://www.global-insight.net/>
4. Research of the Russian market of online education and educational technologies. <https://edumarket.digital/>

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Сняговский Станислав Дмитриевич, студент факультета международных экономических отношений
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

*Ленинградский проспект, 49, г. Москва 125993, Россия
ssinyagovsky@gmail.com*

Петраков Константин Александрович, студент факультета международных экономических отношений
*ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации»
Ленинградский проспект, 49, г. Москва 125993, Россия
kapetrakov@yandex.ru*

Макаров Евгений Андреевич, студент факультета международных экономических отношений
*ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации»
Ленинградский проспект, 49, г. Москва 125993, Россия
makarove.1999@yandex.ru*

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

Sinyagovsky Stanislav D., student of the Faculty of International Economic Relations
*Financial University under the Government of the Russian Federation
49, Leningradsky Prospekt, Moscow, 125993, Russia
ssinyagovsky@gmail.com*

Petrakov Konstantin A., student of the Faculty of International Economic Relations

Financial University under the Government of the Russian Federation

49, Leningradsky Prospekt, Moscow, 125993, Russia

kapetrakov@yandex.ru

Makarov Evgeny A., student of the Faculty of International Economic Relations

Financial University under the Government of the Russian Federation

49, Leningradsky Prospekt, Moscow, 125993, Russia

makarove.1999@yandex.ru

ORCID: 0000-0003-0370-2887

Khripunova Marina B., Scientific Supervisor, Candidate of Physical 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 331

ДИДЖИТАЛИЗАЦИЯ HR-СИСТЕМЫ*Субботина Н.О., Новикова В.Д.*

В статье рассматриваются основные особенности, проблемы, перспективы и тенденции диджитализации HR-систем в России.

Ключевые слова: HR-системы; диджитализация; Big Data.

DIGITALIZATION OF THE HR SYSTEM*Subbotina N.A., Novikova V.D.*

The article discusses the main features, problems, prospects and trends of digitalization of HR systems in Russia.

Keywords: HR systems; digitalization; Big Data.

В любом бизнесе, независимо от сферы деятельности, важной составляющей являются человеческие ресурсы. Эффективная работа команды жизненно важна для успеха бизнеса, а мотивация сотрудников главный компонент эффективной работы.

Компании совершенно по-разному применяют инструменты управления персоналом. Так, например, некоторые компании используют практику «бесплатных печенек на кухне» и регулярных развлекательных мероприятий – корпоративы в честь всевозможных праздников и важных событий в жизни компании, тимбилдингов, а также различных мастер классов и выездных мероприятий. Некоторые компании расширили данный список, добавив сотрудникам оплату за питание, абонементы в фитнес-центр, медицинскую страховку, иногда даже беспроцентные кредиты.

Чтобы все эти мотивационные «фишки» воплотить в жизнь в компаниях стали необходимы специалисты по работе с персоналом, так называемые, HR-менеджеры [3].

К основным обязанностям HR-менеджера можно отнести: развитие корпоративной культуры; создание положительной репутации среди соискателей; внедрение системы автоматизации расчета эффективности сотрудников; повышение продуктивности работы сотрудников.

Справиться со всеми этими обязанностями HR-менеджеру достаточно тяжело, так как помимо перечисленных выше обязанностей за ним сохраняется необходимость рассчитывать отпускные и больничные, а также развивать систему мотивации сотрудников в компании.

Решением этой проблемы может стать диджитализация HR-процессов, другими словами – вложение средств компании в HR-системы, чтобы автоматизировать рутинные задачи и помочь HR-менеджеру решать задачи быстро и эффективно. Речь идет о CRM-системе, помогающей привлекать и удерживать персонал компании. Она включает в себя автоматизацию найма, отбора, привлечения персонала, обучения и развития, определения вознаграждения и предоставления льгот, а также обеспечение безопасности работы за счет применения программ для HR и HR-аналитики [5].

Диджитализация HR-деятельности – необходимость для компаний, которые хотят быть конкурентоспособными на рынке. Диджитализация HR-системы – это цифровая трансформация взаимодействия между сотрудниками в рамках процессов компании с применением новых современных HR-платформ [3]. С помощью платформ можно: отслеживать процессы адаптации, развития и профессионального роста сотрудников; передавать опыт новым сотрудникам компании; мотивировать и награждать персонал за выполнение конкретных задач; проводить расчет отпускных и больничных листов; взаимодействовать с сайтами по поиску работы; составлять подробный аналитический отчет. Платформа помогает снижать затраты и повышать имидж компании.

Некоторые компаний начали внедрять платформенные решения для HR-процессов. Для них характерны следующие тенденции [6].

1. Применение Big Data и анализа данных. Технология больших данных помогает компания собирать и анализировать данные

- о кандидате: опыт работы, характеристики с мест работы, образование и др. Рекрутеру напрямую не нужно ничего делать.
2. Рекрутмент как dating. На международном рынке уже существуют приложения для поиска работы (Switch, JobSnap, Jobr и другие), где рекрутер и соискатель просматривают вакансии и анкеты, могут поставить друг другу лайк и только после этого смогут начать общение. В некоторых приложениях существует возможность скрыть свои личные данные до начала общения, что является хорошим доказательством объективности работы.
 3. Все чаще применяется способ поиска кандидатов через социальные сети. Наибольшее число вакансий можно найти в такой социальной сети, как Facebook. В последнее время набирает популярность среди рекрутеров и Telegram, где есть большое количество каналов, чатов и ботов для поиска работы. Такой подход к поиску кандидатов еще долго будет востребован.
 4. Автоматизированный процесс подбора персонала – Applicant Tracking System (ATS) – система управления рекрутментом, которая позволяет отслеживать процесс поиска кандидатов. Внедряя данную систему, компания сможет узнать, через какие каналы наиболее часто соискатели находят работу и принять решение, где лучше опубликовывать информацию о поиске сотрудников.
 5. Одним из наиболее популярных трендов является HR-аналитика и прогнозы. С помощью специальных приложений можно определить текучесть кадров, скорость поиска сотрудников и др. Благодаря полученной информации, компания может выстраивать наиболее точные прогнозы на будущее и акцентировать свое внимание на наиболее уязвимых местах.
 6. Один из самых новых трендов в HR-мониторинг настроения. Учеными доказано, что настроение сотрудников сильно влияет на качество их работы. Диджитализация данного процесса позволяет оценивать настроение не каждого отдельного сотрудника, а коллектива в целом. Также с помощью этого инструмента можно оценить вовлеченность коллектива в работу.

7. Ведение планеров, календарей. Чем проще и быстрее будет назначена встреча, тем лучше будет результат для всей команды. Современные HRM-системы позволяют HR-менеджеру одним кликом назначать совещания, встречи и другие события, а команда это видит в своем календаре мероприятий.
8. Применение машинного обучения и искусственного интеллекта. В управлении персоналом уже начали применяться умные машины, имитирующие различные функции человека. Исследователями доказано, что множество рекрутеров принимают решение после 60 секунд общения с кандидатом, часто основываясь на первом мнении, т.е. интуиции. По данным Pymetrics, внедрение искусственного интеллекта увеличивает результат отбора более чем на 30% и устраняет «предвзятое отношение во время интервью» [2]. Большинство кандидатов не получают ответа на резюме, а многие даже после собеседования слышат фразу «Мы Вам перезвоним». Искусственный интеллект, запрограммированные чат – боты позволяют плотнее взаимодействовать с кандидатами, начиная с момента принятия предложения о работе до момента выхода на работу. В этом случае снижается вероятность того, что сотрудник передумает. Данный метод сокращает издержки фирмы и упрощает отбор персонала. Искусственный интеллект также может стать для новичка «учителем», давая ответы на вопросы, которые касаются документов, ресурсов и информации компании, а также помогая освоиться в новом коллективе, на новом рабочем месте, свыкнуться с требованиями и правилами фирмы. Это сокращает время работы наставника, т.к. не приходится несколько раз повторять одно и то же новичку [7].
9. Постоянная связь. В условиях диджитализации особенно важно всегда быть на связи. Связь должна быть доступна с любого устройства, из любой точки мира.
10. Диджитализация собеседований. Речь идет о проведении собеседований онлайн, используя видеозвонки в Skype, Zoom, GoogleMeet и других приложениях. Тем самым экономится

рабочее время на этапе отбора кандидата. Соискателю можно отправить тестовое задание, посмотреть на его поведение в стрессовых ситуациях, а также провести полноценное собеседование по аудио- или видеосвязи, задав необходимые вопросы, находясь вне офиса.

Диджитализация HR-системы охватывает почти все процессы рекрутинга. Быстрая популяризация диджитализации HR-процессов приводит к тому, что на рынке появляется большое количество различных платформ, отвечающих самым разным требованиям.

Наибольшую популярность набирают облачные платформы для управления персоналом компании. Однако будущее HR – это интеллектуальные системы. Такие разработки есть у компании SAP, и они уже активно внедряются в деятельность компаний [4].

Согласно статистике SAP Performance Benchmarking, прозрачные HR-процессы на 32% снижают текучесть кадров, а качественная HR-аналитика позволяет увеличить выручку на 20% [4].

Облачные платформы хранят все данные о сотрудниках, представляют легкий способ доступа к информации и возможности для ее анализа. Одним из главных достоинств облачной платформы является возможность оперативно и удаленно решать кадровые вопросы с помощью HR-системы. В любое время сотрудник может подключить к системе, имея компьютер или смартфон, подать заявление на отпуск или больничный, а также отправить запрос коллегам на совещание.

Некоторые российские компании используют облачные HR-платформы на базе решений SAP. Так, например, российское подразделение спортивного ритейлера «Декатлон», объединив HR-процессы на платформе SAP SuccessFactors, дало сотрудникам возможность самостоятельно выполнять стандартные кадровые процедуры. Они через личный кабинет оформляют отпуска, больничные, командировки и выполняют другие действия, которые раньше требовали участия сотрудников отдела кадров. Даже при найме соискатель самостоятельно вносит в систему личные данные. Благодаря этому «Декатлон» тратит на кадровый функционал в 2 раза

меньше времени, чем до внедрения платформы. Затраты на внедрение решения SAP окупались в компании за год [4].

Сеть гипермаркетов «Ашан» оценивает выгоду от внедрения решений SAP в России в 266 млн рублей. С помощью платформы компания автоматизировала учет рабочего времени и расчет зарплаты сотрудников, а также предоставила доступ 42,5 тысячам сотрудникам к единой информационной системе. Эффективность HR-отдела возросла вдвое. В масштабах всей сети «Ашан» в России только затраты на администрирование сотрудников сократились на 16 млн рублей, на ведение зарплатных табелей – на 40 млн. рублей [4].

Облачные платформы уже не самый эффективный инструмент. В ближайшем будущем наиболее востребованными будут интеллектуальные HR-системы.

Интеллектуальные системы основываются на технологии Больших данных, то есть строятся полностью автоматизированные интеллектуальные HR-процессы на базе машинного обучения. Данные умные системы будут самостоятельно анализировать и принимать решения без участия человека. Они смогут полностью заменить сотрудников HR-отделов при проведении рутинных действий. В результате эта работа будет выполняться гораздо быстрее, а сотрудники смогут заниматься более важными и творческими задачами, которые пока еще не подвластны машинам.

Передовые компании уже сегодня внедряют интеллектуальные платформы для работы с кадрами, но их в мире в начале 2021 года – единицы.

Подводя итог, нужно сказать, что уже сегодня компании все чаще обращаются к новым технологиям. В ближайшем будущем от них будет зависеть конкурентоспособность компаний на рынке, их превращение в интеллектуальные.

Диджитализация HR-системы с помощью облачных и интеллектуальных платформ [1] позволяет быстро структурировать информацию и принимать решения. Диджитализация HR-системы – это скорее вопрос скорости реагирования на постоянно изменяющиеся условия рынка. Вместе с тем внедрение новых технологий требует

значительных затрат. Поэтому решение о диджитализации должно быть взвешенным, исходя из сопоставления прогнозируемых результатов и затрат.

Список литературы

1. Диджитализация в сфере HR: будущее рекрутинга | Бизнес-мир, деловой журнал Казахстана. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://businessmir.kz/2020/05/25/didzhitalizatsiya-v-sfere-hr-budushhee-rekrutinga/>.
2. Лютикова М.А. Боты для найма персонала // Постулат 2017. №5-1. С. 71.
3. Сравнение популярных HR систем. Что выбрать и зачем? | HURMA [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://1-a-b-a.com/blog/738-top3-vystuplenija-na-hr-wisdom-summit-7>.
4. Умный HR: как интеллектуальные технологии совершают революцию в кадровом вопросе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/salesdepartment/2019/03/20/umnii-hr-kak-intellektualnie-tehnologii-sovershayut-revoljutsiyu-v-kadrovom-voprose>.
5. Что такое HRM платформа и как автоматизировать все HR процессы? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://peopleforce.io/ru/blog/chto-takoe-hrm-i-kak-legko-avtomatizirovat-hr-protsessy/>.
6. 15 трендов в диджитализации HR и рекрутинга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hurma.work/ru/blog/15-trendov-v-didzhitalizaczii-hr-i-rekrutinga/amp/>.
7. Egorov E., Lebedeva T. The scientific and educational potential of the intellectual provision of entrepreneurial innovative development// Innovation Management and Corporate Sustainability. 2015. pp. 14-26.

References

1. Digitalization in the field of HR: the future of recruiting | Business World, business journal of Kazakhstan. [Electronic resource]. – Access mode: <https://businessmir.kz/2020/05/25/didzhitalizatsiya-v-sfere-hr-budushhee-rekrutinga/>.

2. Lyutikova M. A. Bots for hiring staff//Postulate 2017. №5-1. p. 71.
3. Comparison of popular HR systems. What to choose and why? / PER-SIMMON [Electronic resource]. – Access mode: <https://l-a-b-a.com/blog/738-top3-vystuplenija-na-hr-wisdom-summit-7>.
4. Smart HR: how intelligent technologies make a revolution in the personnel issue [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.vedomosti.ru/salesdepartment/2019/03/20/umnii-hr-kak-intellektualnie-tehnologii-sovershayut-revoljutsiyu-v-kadrovom-voprose>.
5. What is the HRM platform and how to automate all HR processes? [Electronic resource]. - Access mode: <https://peopleforce.io/ru/blog/chto-takoe-hrm-i-kak-legko-avtomatizirovat-hr-protsessy/>.
6. 15 trends in WATCH digitalization and recruiting. [Electronic resource]. – Access mode: <https://hurma.work/ru/blog/15-trendov-v-didzhitalizaczi-hr-i-rekrutinga/amp/>.
7. Egorov E., Lebedeva T. Scientific and educational potential of intellectual support of innovative development of entrepreneurship//Innovation management and corporate sustainability. 2015. pp. 14-26.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Субботина Наталья Олеговна, старший преподаватель кафедры
Бизнес-информатика и экономика
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
e-mail: nosgnom@mail.ru

Новикова Виктория Дмитриевна, студентка кафедры Бизнес-ин-
форматика и экономика
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
novikovaviktoriya@bk.com

DATA ABOUT THE AUTHORS

Subbotina Natalia Olegovna, 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
nosgnom@mail.ru

Novikova Victoria Dmitrievna, 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
novikovaviktoriya@bk.com

УДК 347.1

**ИССЛЕДОВАНИЯ ПРИРОДЫ
ДОХОДА СТЕЙКХОЛДЕРОВ КОНЦЕССИОННОГО
СОГЛАШЕНИЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ
ТВЕРДЫМИ КОММУНАЛЬНЫМИ
ОТХОДАМИ**

Тарасов Д.И., Губернаторов А.М.

В статье представлено описание и моделирование проекта реализации государственно-частного партнёрства в сфере обращения с твёрдыми коммунальными отходами. В частности, описываются особенности реализации концессионных соглашений в данной сфере, их преимущества и недостатки, взаимодействия основных участников и потенциальные пути финансирования этих проектов.

Ключевые слова: ТКО; государственно-частное партнёрство; концессия; DFD.

**STUDIES OF THE NATURE
OF THE INCOME OF THE STAKEHOLDERS
OF THE CONCESSION AGREEMENT IN THE SOLID
MUNICIPAL WASTE MANAGEMENT SYSTEM**

Tarasov D.I., Gubernatorov A.M.

The article presents a description and modeling of the project for the implementation of public-private partnership in the field of solid municipal waste management. In particular, it describes the specifics of the implementation of concession agreements in this area, their advantages and disadvantages, the interaction of the main participants and potential ways of financing these projects

Keywords: MSW; public-private partnership; concession; DFD.

Вопрос развития сферы обращения с отходами в нашей стране всегда стоял довольно остро. Начавшаяся в 2019 году мусорная реформа пока радикально не изменила положение дел в данной области: ситуация остается неблагоприятной по многим направлениям. Это связано как с заканчивающимися мощностями имеющихся полигонов почти в 32 регионах, низким уровнем переработки отходов в стране в целом и непрозрачностью формирования тарифов, так и экономическими трудностями у региональных операторов.

Согласно данным «Российского экологического оператора», необходимые инвестиции в инфраструктуру обращения с бытовыми отходами, составляют около 430 млрд руб. Но эту потребность не покрывают ни платежи населения (порядка 190 млрд руб.), основная часть которых идет на обеспечение текущей работы региональных операторов, ни экологический сбор (около 3 млрд руб.), ни вложения в рамках федеральных проектов (в ближайшие три года менее 100 млрд руб.) [3].

На фоне этого всё большую значимость приобретает механизм государственно-частного партнёрства (ГЧП), и в особенности, концессионные проекты, которые позволят отрасли получить новый виток развития и, как следствие, сделать её более технологичной и прозрачной. Поэтому изучение особенностей и потенциала функционирования таких механизмов в сфере обращения с ТКО является крайне актуальным.

При рассмотрении проблемных вопросов использовались общенаучные методы познания, такие как: метод эмпирического и теоретического исследования, метод системного и сравнительного анализа. При написании данной работы использовались соответствующие методические рекомендации, различные тематические статьи и Интернет-ресурсы.

Итак, прежде всего, отметим, что концессия представляет собой вид договора о создании или реконструкции за счёт средств инвестора (или – совместно с концедентом) объектов (как правило) недвижимого имущества, находящихся в государственной собственности, в результате чего инвестор получает возможность эксплуатировать

объект на возмездной основе, собирая доход в свою пользу [2]. Сегодня в России законодательно установлена возможность использования механизмов государственно-частного партнерства и концессии. В том числе и для целей развития инфраструктуры объектов, связанных с обращением с отходами.

Как уже было сказано ранее, концессионные проекты являются одним из важнейших элементов системы финансирования сферы обращения с ТКО.

Концессионные соглашения позволяют не только привлечь в отрасль частный капитал, но и наладить более эффективное управление отходами в стране. Поэтому для лучшего понимания механизма функционирования концессионных проектов в сфере обращения с отходами построим модель в нотации DFD, которая позволит наглядно увидеть всех основных участников и их взаимодействия в рамках этой системы. Данная модель представлена на рисунке 1.

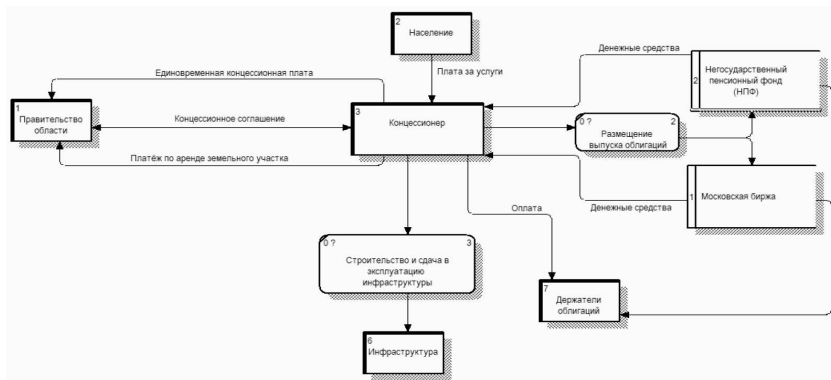


Рис. 1. Схема концессии в сфере обращения с ТКО

Более подробно рассмотрим основные финансовые потоки в рамках этой системы.

Концедентом выступает правительство области, муниципалитета или другого образования, в чьей собственности находится объект инфраструктуры или земля, которая может быть использована для строительства объектов обращения с отходами.

Концессионером является юридическое лицо. Он финансирует проект по концессионному договору, в соответствии с которым он выполняет работы по строительству и реконструкции объекта инфраструктуры с целью его дальнейшего использования, получения прибыли и возврата инвестиций. Концессионер вносит единовременную концессионную плату в бюджет области (города, муниципалитета и т.д.). Размер концессионной платы для каждого объекта инфраструктуры может рассчитываться по-разному, например, она может соответствовать размеру платы за негативное воздействие на окружающую среду или рассчитываться как произведение среднегодовой массы твердых коммунальных отходов, поступивших на объект концессионного соглашения и фиксированного платежа за каждую тонну ТКО. При этом в данной сфере имеет место тренд к минимизации размера концессионной платы с целью избежать давления на тарифы [4].

Помимо единовременной концессионной выплаты, концессионер должен оплачивать аренду находящегося в собственности концедента земельного участка, на котором будет эксплуатироваться объект инфраструктуры.

При этом прибыль от использования объектов соглашения получает одна из сторон – государство или частный бизнес – в зависимости от расписанных условий. Когда прибыль получает государство, частный сектор может компенсировать инвестиции путем эксплуатации объекта на платной основе – прежде всего за счёт установки тарифов для населения за обращения с ТКО. При этом тарифы должны обеспечивать возврат инвестиций концессионера с учетом плановой доходности, а условия концессионного соглашения о тарифах должны устранять риски установления необоснованного тарифа и обеспечивать финансовую защиту концессионера. Если же прибыль идет к инвестору, то возмещение инвестиций происходит за счет субсидий [3].

Одним из наиболее надёжных средств получения инвестиций для концессионера является выпуск концессионных облигаций, выпускаемые для привлечения финансирования на реализацию концессионного соглашения.

Облигации с четкими признаками концессионных можно включать в котировальные списки первого и второго уровней Московской

биржи. Последнее позволяет инвестировать в такие бумаги НПФам и страховым компаниям.

Возврат инвестиций происходит путём выплаты держателям облигаций процента с заданной эмитентом периодичностью. Он платится один, два, либо четыре раза в течение календарного года. Размер купона устанавливается заранее на этапе выпуска облигации. При этом таких владельцев за все время обращения облигации может быть несколько. Ведь бумаги свободно торгуются на вторичном рынке, и инвесторы при необходимости могут совершать покупку либо продажу долговой расписки, а средняя ставка купона варьируется от 4 до 11% годовых [5].

Если же обратиться к статистике, то можно заметить, что объем заключенных за почти десять лет концессионных соглашений в «мусорной» сфере составляет около 50 млрд руб. Наиболее активно концессионные соглашения в сфере ТБО подписывали в 2016 и 2020 годах – на 8,7 млрд руб. и 9,4 млрд руб., соответственно. По оценке аналитиков, в ближайшие один-три года ожидается заключение порядка 17 соглашений дороже 100 млн руб. с общей суммой вложений свыше 36 млрд руб. [1].

Таким образом, несмотря на то, что рассматриваемая отрасль считается одной из непростых, успешная работа в ней все же возможна, но она требует развитых компетенций и опыта запуска проектов, как у публичной, так и у частной сторон. Поэтому можно предположить, что если мусорная реформа приведет к большей прозрачности сферы, а концессионеры и концеденты научатся учитывать и «предупреждать» возможные риски, доля проблемных проектов в сфере обращения с отходами будет не сильно выше, чем в других отраслях.

Список литературы

1. Бонды для инфраструктуры – InfraOne Research [Электронный ресурс] – URL: https://infraone.ru/sites/default/files/analitika/2019/bondy_dlya_infrastructure_2019_infraone_research.pdf
2. Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс] – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Концессия>

3. Инвестиции в инфраструктуру: почему проекты в сфере обращения с ТКО вновь интересны рынку? – InfraOne Research [Электронный ресурс] – URL: https://news.solidwaste.ru/wpcontent/uploads/2020/12/Investitsii_v_infrastrukturu_obraschenia_s_TKO.pdf
4. Практика применения концессионных соглашений для развития региональной инфраструктуры в Российской Федерации. – М.: Центр развития государственно-частного партнерства, 2015.
5. Финам.ру – финансовый портал. Как происходит выплата купонов по облигациям. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.finam.ru/education/likbez/kak-proisxodit-vyplata-kuponov-po-obligaciyam-20201028-15110/>.

References

1. Bonds for infrastructure – InfraONE Research [Electronic resource] - URL: https://infraone.ru/sites/default/files/analitika/2019/bondy_dlya_infrastruktury_2019_infraone_research.pdf
2. Wikipedia-free encyclopedia [Electronic resource] – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Concession>
3. Investment in infrastructure: why are MSW management projects interesting to the market again? – InfraONE Research [Electronic resource] – URL: https://news.solidwaste.ru/wpcontent/uploads/2020/12/INVESTISII_V_INFRASTRUKTURU_OBRASCHENIA_S_TKO.pdf
4. The practice of applying concession agreements for the development of regional infrastructure in the Russian Federation. – Moscow: Center for the Development of Public-Private Partnership, 2015.
5. Finam.ru – financial portal. How the coupon payments on the bonds are made. [Electronic resource]. – URL: <https://www.finam.ru/education/likbez/kak-proisxodit-vyplata-kuponov-po-obligaciyam-20201028-15110/>.

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Тарасов Даниил Игоревич, магистрант

ФГБОУ ВО «Владимирской государственной университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
daniil.tarasov.99@mail.ru

Губернаторов Алексей Михайлович, д.э.н., доцент, профессор
кафедры Бизнес-информатика и экономика
*ФГБОУ ВО «Владимирской государственной университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Сто-
летовых»*
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
gubernatorov.alexey@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-7695-7050

DATA ABOUT THE AUTHORS

Tarasov Daniil I., Master's student

*Vladimir State University named after Alexander Grigoryevich
and Nikolai Grigoryevich Stoletov»*
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia
daniil.tarasov.99@mail.ru

Gubernatorov Alexey M., Doctor of Economics, Associate Professor,
Professor of the Department of Business Informatics and Eco-
nomics
*Vladimir State University named after Alexander Grigoryevich
and Nikolai Grigoryevich Stoletov»*
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russia
gubernatorov.alexey@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-7695-7050

УДК 330

**ИННОВАЦИИ В ТРАНСПОРТНОЙ ОТРАСЛИ:
РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ***Тесленко И.Б., Хваталова Е.С.*

Транспортная отрасль играет важную роль в хозяйстве любой страны, она отражает состояние национальной экономики, ее конкурентоспособность, а также характеризует уровень экономической безопасности. Поэтому развитие транспортной отрасли – одна из важнейших задач государства. В статье рассматриваются основные проблемы и перспективы цифровизации транспортной отрасли, определена роль и значение инноваций в транспортной отрасли.

Ключевые слова: транспортная отрасль; цифровизация; инновации.

**INNOVATIONS IN THE TRANSPORT INDUSTRY:
REALITIES AND PROSPECTS***Teslenko I.B., Khvatalova E.S.*

The transport sector plays an important role in the economy of any country, it reflects the state of the national economy, its competitiveness, and also characterizes the level of economic security. Therefore, the development of the transport industry is one of the most important tasks of the state. The article considers the main problems and prospects of digitalization of the transport industry, defines the role and importance of innovations in the transport industry.

Keywords: transport industry; digitalization; innovation.

В последнее время главным фактором развития транспортной отрасли стала цифровизация. Очень многие изменения в ней непосредственно связаны с использованием искусственного интеллекта,

интернета вещей, больших данных, блокчейна и других новейших технологий. Основные проблемы, которые призваны решать эти технологии, – это загрязнение воздуха, вызванное автомобильными выхлопными газами; риски, возникающие в связи с недостаточным уровнем безопасности на транспорте [2], пробки на дорогах и др.

В свете решения указанных проблем в транспортной отрасли многих стран решается вопрос о переходе на экологически чистые технологии (создание автомобилей, работающих на альтернативных источниках энергии), используется каршеринг для уменьшения количества автомобилей на дорогах, внедряются интеллектуальные системы (отслеживают состояние автомобиля и вовремя извещают о сбоях в работе и повреждениях), создаются автоматизированные магистрали (с помощью интеллектуальных систем оптимизируются транспортные потоки), осуществляется интеграция услуг и информации (системы общественного транспорта используют информацию о местонахождении пассажиров и направляют транспорт туда, где он требуется) [2] и др.

Компании транспортной отрасли уже не первый год работают над реализацией масштабных цифровых проектов, таких как: электронная торговая площадка РЖД «Грузовые перевозки», электронная навигационная пломба, цифровой многосторонний автомобильный пункт пропуска, госсистема «Платон» как способ мониторинга логистики на всех федеральных трассах [6] и др.

Одним из новшеств на транспорте стали электробусы. Первый электробус в России был выпущен в 2012 году. Сейчас они используются в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске. Серьезными препятствиями на пути их широкого распространения являются высокая цена основных комплектующих и срок окупаемости оборудования.

Инновации в сфере железнодорожного транспорта связаны с использованием высокоскоростных магистралей (ВСМ). В настоящее время самой прибыльной системой ВСМ в мире считается японская. Она ежегодно дает экономию времени в пути порядка 400 млн. часов, что соответствует 500 млрд. йен. За последние 47 лет на высокоскоростных магистралях Японии не было ни одной аварии, а максимальные задержки составили всего 41 сек.[2].

ОАО «РЖД» вместе с компанией Siemens проводит реализацию технологий беспилотных поездов.

В качестве примера инновации можно привести проект по улучшению существующей системы навигации в метро столицы. Мобильное приложение и размещение на станциях метро устройств, считывающих специальные метки, создаются для помощи в составлении маршрута, подсказывают, как перейти на нужную станцию другой линии метро. Рассматривается возможность геймификации мобильного приложения за счет квестов и заданий для пассажиров.

Есть идея создания чат-бота, интегрированного в приложение «Метро Москвы». Он поможет в составлении маршрута таким образом, чтобы пользователь мог избежать наиболее загруженных точек метро. Предложенные маршруты можно будет сохранить в приложении, так они будут доступны даже без подключения к интернету.

В стране для обеспечения безопасности на транспорте создана Единая государственная информационная система обеспечения транспортной безопасности (ЕГИС ОТБ), где в режиме реального времени из разных систем собираются данные о транспортных средствах, транспортной инфраструктуре, пассажирах [1].

Это, безусловно, не все примеры инноваций в транспортной отрасли.

В 2020 году распространение пандемии COVID-19 негативно сказалось на ряде отраслей – производственном секторе, туристической отрасли, гостиничном бизнесе. Серьезный урон она нанесла транспортной отрасли, негативно сказавшись на пассажирских, грузовых, авиа- и сухопутных перевозках, логистике.

По итогам первого полугодия 2020 года российские и международные авиакомпании перевезли в два раза меньше пассажиров, чем в 2019 году [3].

Число внутренних рейсов тоже сократилось. В общей сложности пассажиропоток снизился приблизительно на 90%, что привело к серьезным убыткам. В первом полугодии 2020 года потери составили 121 млрд. рублей.

Пассажирские железнодорожные перевозки пострадали, хотя в значительно меньшей степени, чем авиационные: в первом полу-

годии перевозчики потеряли 46,6 млрд. рублей [3]. ОАО РЖД удалось не остановить реализацию ни одного из более чем полусотни цифровых проектов в период пандемии.

До пандемии цифровых технологий в отрасли внедрялись, о чем свидетельствуют вышеприведенные примеры, относительно медленно. Коронакризис заставил многие компании пересмотреть свое отношение к цифровизации. Эксперты считают, что цифровизация транспортной отрасли может повысить ее эффективность на 35%. А по мнению экспертов компании COREX Logistics, в 2020 году в отрасли началась настоящая IT-революция [5].

В частности в 2020 году ОАО «РЖД» запустило реализацию стратегии цифровой трансформации. Она включает восемь цифровых платформ, которые охватывают все бизнес-процессы компании, а на их базе разрабатываются 55 различных сервисов [6].

В автомобильном транспорте в 2020 г. началась апробация онлайн-тахографов для новых грузовиков и автобусов. Теперь вместо инспекторов, фиксирующих различные нарушения, будет использоваться автоматизированная система [1], работающая в реальном времени.

Обсуждается возможность использования дронов для мониторинга грузовых перевозок.

Стартовал пилотный проект, инициированный Россельхознадзором при поддержке АО «ГЛОНАСС», по мониторингу соблюдения температурного режима при перевозках скоропортящихся грузов. Это необходимо для обеспечения гарантии качества перевозимой продукции, что позволит снизить количество проверок и сроки перевозки [1].

Продолжаются работы над высотными беспилотниками, работающими на солнечной энергии, осуществляющими контроль инфраструктуры города, газо- и нефтепроводов. Компания Cognitive Technologies, совместно с автоконцерном «КамАЗ» осуществляет разработки беспилотного самосвала.

ОАО «РЖД» собирается ввести в эксплуатацию поезда без управления машинистом на Московском центральном кольце. В 2019 году был протестирован беспилотный поезд «Ласточка» [4].

Минтранс России поставил перед отраслью глобальную задачу - формирование единой цифровой транспортно-логистической среды (ЕЦТЛС). Речь идет о создании онлайн-площадки, на которой будет размещаться вся необходимая информация – реестры перевозчиков, электронные транспортные накладные, путевые листы, оформление разрешений на перевозку, электронная очередь для пересечения границы и т.п. [1].

К проекту планируют присоединиться страны Евразийского экономического союза (ЕАЭС), ЕС и Китай [1].

Совместное внедрение ряда технологий внутри ЕАЭС, таких как, например, технологии электронного пломбирования позволит расширить транзитный грузопоток и даст возможность перейти от однонаправленного мониторинга к решениям, обеспечивающим взаимодействие участников дорожного движения друг с другом, с дорожной инфраструктурой, местными и федеральными службами [1] (аварийно-спасательными, эксплуатирующими дорожную инфраструктуру и др.).

Планы цифровизации отрасли грандиозны и перспективны. Вместе с тем в каждом конкретном случае есть препятствия, которые затрудняют внедрения новшеств. В частности для развития непилотируемого транспорта в стране отсутствует необходимая инфраструктура, законодательная база, есть опасение, что останутся без работы водители, а эта профессия – в настоящее время весьма популярна (охватывает около 7% трудоспособного населения страны). В то же время страна за счет этого новшества могла бы уменьшить транспортные и страховые расходы; затраты на строительство аэродромов; на ремонт и амортизацию; увеличить безопасность транспортировки и количество перевозок за счет оптимального использования транспорта [4].

В целом повсеместное внедрение инноваций в отрасли позволит:

- повысить мобильность людей и уровень контроля за перевозками пассажиров и товаров;
- улучшить качество транспортных услуг;
- полнее удовлетворять растущий спрос на транспортировки груза и пассажиров на всех типах транспорта;
- повысить безопасность дорожного движения;
- повысить производительность труда и снизить затраты;

- увеличить транспортные расстояния,
- расширить долю рынка, выйти на новые рынки [4],
- обеспечить рациональное хозяйствование в результате улучшения планирования использования транспортных средств, предоставления беспрепятственного доступа к информации, повышения эффективности перевозок и др.

Создание единой цифровой среды транспортно-логистической отрасли – залог эффективного использования транзитного потенциала страны.

Список литературы

1. Государство становится одним из драйверов цифровизации транспорта. Обзор: ИТ в транспортной отрасли 2020 – Cnews. – URL: <https://cnews.ru> Инновации в сфере транспорта. – URL: <https://na-journal.ru/1-2018-gumanitarnye-nauki/1033-innovacii-v-sfere-transporta>.
2. Инновации в области транспорта. – URL: <https://www.ibm.com/ibm/ideasfromibm/ru/transportation/index1.html>.
3. Как транспортная отрасль пережила пандемию. Инвест-Форсайт 24 декабря 2020. – URL: <https://news.rambler.ru/sociology/45498837-kak-transportnaya-otrasl-perezhila-pandemiyu/>.
4. Основные проблемы и перспективы развития инновационных технологий в транспортной отрасли России. – URL: <https://creativeconomy.ru/lib/110306> Галушко М.В., Шарипова К.Р. Креативная экономика – Том 14, Номер 6 (Июнь 2020).
5. Пандемия ускорила развитие цифровых технологий в транспортной логистике. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4627864>.
6. Эксперты оценили влияние пандемии на цифровизацию транспортной отрасли. – URL: <https://iz.ru/1101583/2020-12-18/eksperty-otcenili-vliianie-pandemii-na-tcifrovizatciiu-transportnoi-otrasli>.

References

1. The state is becoming one of the drivers of transport digitalization. Review: IT in the Transport industry 2020 – Cnews. – URL: <https://cnews.ru> Innovations in the field of transport. – URL: <https://na-journal.ru/1-2018-gumanitarnye-nauki/1033-innovacii-v-sfere-transporta>.

2. Innovations in the field of transport. – URL: <https://www.ibm.com/ibm/ideasfromibm/ru/transportation/index1.html>.
3. How the transport industry survived the pandemic. Invest-Foresight December 24, 2020. - URL: <https://news.rambler.ru/sociology/45498837-kak-transportnaya-otrasl-perezhila-pandemiyu/>.
4. The main problems and prospects for the development of innovative technologies in the transport industry of Russia. – URL: <https://creativeconomy.ru/lib/110306> Galushko M.V., Sharipova K.R. Creative Economy-Volume 14, Number 6 (June 2020).
5. The pandemic accelerated the development of digital technologies in transport logistics. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4627864>
6. Experts assessed the impact of the pandemic on the digitalization of the transport industry. – URL: <https://iz.ru/1101583/2020-12-18/eksperty-otcenili-vliianie-pandemii-na-tcifrovizatsiiu-transportnoi-otrasli>.

ДААННЫЕ 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

Хваталова Екатерина Сергеевна, студентка 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
ekaterina.hvatalova@yandex.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

ORCID: 0000-0003-1625-5844

Khvatalova Ekaterina Sergeevna, 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

ekaterina.hvatalova@yandex.ru

УДК 338.984

**ОСОБЕННОСТИ РАСЧЕТА ФИНАНСОВЫХ МОДЕЛЕЙ
МЕЖДУНАРОДНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ
УЧАСТНИКОВ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Трунин Г.А.

В статье рассмотрены особенности формирования и расчетов финансовых моделей при осуществлении внешнеэкономической деятельности предприятий и прогнозировании финансовых потоков международных проектов.

***Ключевые слова:** инвестиции; финансовая модель; ВЭД; бизнес-план; финансы.*

**SPECIFICITY OF CALCULATION OF FINANCIAL
MODELS OF INTERNATIONAL INVESTMENT PROJECTS
OF PARTICIPANTS OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY**

Trunin G.A.

Annotation: The article discusses the features of the formation and calculation of financial models in the implementation of foreign economic activities of enterprises and the forecasting of financial flows of international projects.

***Keywords:** investment; financial model; foreign trade; business plan; finance.*

При разработке инвестиционных проектов, ориентированных на внешнеэкономическую деятельность (ВЭД), возникают специфические факторы, оказывающие влияние на ход и логику финансовых расчетов. При этом возникают специфические риски, которые влияют на оценку доходности международных инвестиционных

проектов. В статье рассматриваются отдельные факторы, влияющие на формирование финансовых моделей при организации ВЭД резидентами страны.

Рассмотрим следующие специфические платежи и расчеты, которые возникают в случае осуществления ВЭД:

1. Таможенные платежи и сборы, целесообразно отражать в операционном денежном потоке. Эти специфические затраты зависят от декларируемых товаров и могут сильно различаться в зависимости от множества факторов (объем, место происхождения и т.д.). При расчетах целесообразно рассчитывать срок уплаты таможенных платежей и сборов в день поступления товара (более точно см. Главу 8 ТК ЕАЭС). При этом реальная уплата фактических платежей может отличаться от расчетных из-за специфики применяемых методов оценки таможенной стоимости товаров.

При расчёте этих платежей необходимо ориентироваться на внешнеторговый контракт. Однако при построении финансовой модели необходимо помнить, что таможенные органы рассчитывают НДС и таможенные платежи активно применяя сравнительные методы. Это может привести к ситуациям, когда на момент подачи декларации ввозимый товар может быть сравнен с однородными товарами, что существенно увеличит первоначальные оценки [1]. К примеру, в практике ввоза продукции в виде полиэфирного волокно (исходное сырье) при подаче декларации оценка таможенной стоимости проводилась по однородным товарам, а именно матрасам из того же материала. Итогом стало совокупное увеличение размера таможенных платежей на 67%, включая обеспечение.

2. Необходимость отражения в финансовой модели уплаты НДС в полном размере в момент получения товара. Этот вид платежей также стоит учитывать в операционном денежном потоке, но обязательно учитывать в расчетной схеме существующую систему налогообложения.

3. Учет необходимости уплаты обеспечения. Размер обеспечение может существенно варьироваться. К примеру, при импорте полиэфирного волокна размер обеспечения варьировался от 92 до

220 тысяч рублей. Причина этого такая же, как и в первом случае, специфика расчета таможенной стоимости товара. Сумму обеспечения рекомендуется относить на операционный денежный поток в случае ее невозврата, как часть себестоимости ввозимой продукции или на финансовый денежный поток в случае ее возврата, но задавая задержку возврата не менее 90 дней.

4. Учет в операционном денежном потоке расходов на услуги таможенного представителя. Следует внимательно изучить соответствующие договора, т.к. таможенные представители часто включают в конечный платеж дополнительные расходы связанные либо с документарным сопровождением таможенного декларирования.

5. Следует также учитывать возникающие сопутствующие расходы, связанные с таможенным контролем. Эти процедуры больше относятся к рисковым факторам, но рекомендуется закладывать расходы на таможенный контроль на каждую десятую поставку, либо основываться на более объективных статистических данных. К примеру, услуга по разгрузке погрузке одного грузоместа на Владимирской таможне составляет около 1000 рублей. К примеру, доставка полиэфирного волокна из Ирана грузовым наземным транспортом обходится в 300 тысяч рублей, а таможенный контроль полной партии груза с полной выгрузкой машины размером в 100 грузомест обойдется в 1/3 этой стоимости, т.е. увеличит стоимость доставки на 100 тысяч рублей.

6. Следует также учитывать расходы на международную транспортировку, включая в финансовую модель возможные задержки и штрафы. К примеру, простой машины при таможенном контроле следует закладывать в размере 1–2 суток, что может вызывать необходимые выплаты водителю за простой. Следует внимательно изучить предварительные транспортные договора и их условия, закладывая возможные отклонения в типичную схему доставки. Логистические операции могут включать и использование склада временного хранения, что также отразится на структуре расходов по проекту. Следовательно, при построении финансовой модели необходимо предварительно согласовать примерную логистическую схему.

7. Учет в операционном денежном потоке расходов на подготовку документов по товарным группам. Среди таких документов могут быть фитосанитарные сертификаты, сертификаты качества и иные документы [2].

8. Учет курсовой разницы при осуществлении различных операций. Учет валютных операций рекомендуется вести в рамках инвестиционного денежного потока, что автоматически потребует более тщательного прогноза изменения валютных колебаний в финансовой модели. Рекомендуется также в последствии проверить финансовую модель на устойчивость к валютным колебаниям.

9. Учет расходов на совершении валютных операций, ведение валютного счета и осуществление валютного контроля, включая возможные штрафы. Важно учитывать риск валютного контроля, т.к. размер штрафа может достигать 100% сумму валютной операции [3]. Общие расходы отражаются по операционному денежному потоку, а соответствующие штрафы по финансовому.

Таким образом, прежде чем приступать к финансовому моделированию ВЭД необходимо собрать предварительную информацию по ряду параметров таких как: товарная номенклатура, логистическая схема, схема финансовых операций и расчетов, объем и частота поставок, условия работы с контрагентами, особенности таможенных процедур касаемых соответствующих товарных номенклатур и многое другое.

Список литературы

1. Щека А.А. Влияние свойств товаров на величину таможенных платежей. // Наука Красноярья. 2020. Т.9. №4-3. С. 149-152.
2. Погодина И.В., Гусаров А.В. Карантинный фитосанитарный контроль (надзор) и фитосанитарная сертификация в ЕАЭС. // Таможенное дело. 2020. №4. С. 3-7.
3. Стрельцов Р.С. Проблемы организации взаимодействия участников ВЭД и таможенных органов при валютном контроле. // Наука Красноярья. 2020. Т.9. №1-4. С. 125-128.
4. Зуева И.А. Развитие таможенного контроля в России и обеспечение экономической безопасности в условиях действий таможенно-

го кодекса ЕАЭС: монография / И.А. Зуева, О.М. Карпухина, М.А. Плоткина. Москва: Изд. Московский университет им. С.Ю. Витте, 2020. 304 с. – ISBN 978-5-9580-0519-2

References

1. Shcheka A.A. Influence of the properties of goods on the value of customs payments. // Science of Krasnoyarsk. 2020. Vol. 9. no. 4-3. p. 149-152.
2. Pogodina I. V., Gusarov A.V. Quarantine phytosanitary control (supervision) and phytosanitary certification in the EAEU. // Customs business. 2020. No. 4. p. 3-7.
3. Streltsov R.S. Problems of the organization of interaction of participants of foreign economic activity and customs authorities at currency control. // Science of Krasnoyarsk. 2020. Vol. 9. no. 1-4. pp. 125-128.
4. Zueva I.A. Development of customs control in Russia and ensuring economic security in the context of the actions of the Customs Code of the EAEU: monograph / I.A. Zueva, O.M. Karpukhina, M.A. Plotkina-Moscow: Publishing House of the S. Yu. Witte Moscow University, 2020. 304 p.

ДАННЫЕ 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 338.984

**ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА
ГОРОДОВ С ИСТОРИЧЕСКИМ ЯДРОМ ПО РАЗВИТИЮ
ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ВЛАДИМИРА**

Трунин Г.А.

В статье рассматриваются проблемы инвестирования в муниципалитеты имеющие богатые историко-культурные объекты на своей территории и имеющие высокий туристический потенциал. Данные проблемы рассмотрены на примере города Владимира.

***Ключевые слова:** инвестиции; инвестиционный потенциал; проблемы инвестирования; объекты культурного наследия; туризм.*

**PROBLEMS OF INVESTMENT POTENTIAL OF CITIES
WITH A HISTORICAL CORE FOR THE DEVELOPMENT
OF TOURISM ON THE EXAMPLE OF THE CITY
OF VLADIMIR**

Trunin G.A.

The article deals with the problems of investing in municipalities that have rich historical and cultural objects on their territory and have a high tourist potential. These problems are considered on the example of the city of Vladimir.

***Keywords:** investment; investment potential; investment problems; cultural heritage objects; tourism.*

Город Владимир с исторической точки зрения насчитывает более тысячи лет. Столь богатая история сформировала уникальную архитектурно-планировочную и градостроительную систему, которая отличается множеством уникальных историко-культурных объектов архитектуры и ландшафта. Уникальное географическое положение

города и богатая история формирует идеальные условия для развития туризма и привлечение соответствующих инвестиций. Однако на практике, динамика развития города как с инфраструктурной точки зрения, так и с туристической является крайне ограниченной.

Одной из ключевых проблем следует выделить реализацию закона об охране объектов культурного наследия (ОКН). На рисунке 1 представлены охранные зоны исторического ядра города Владимира [1].

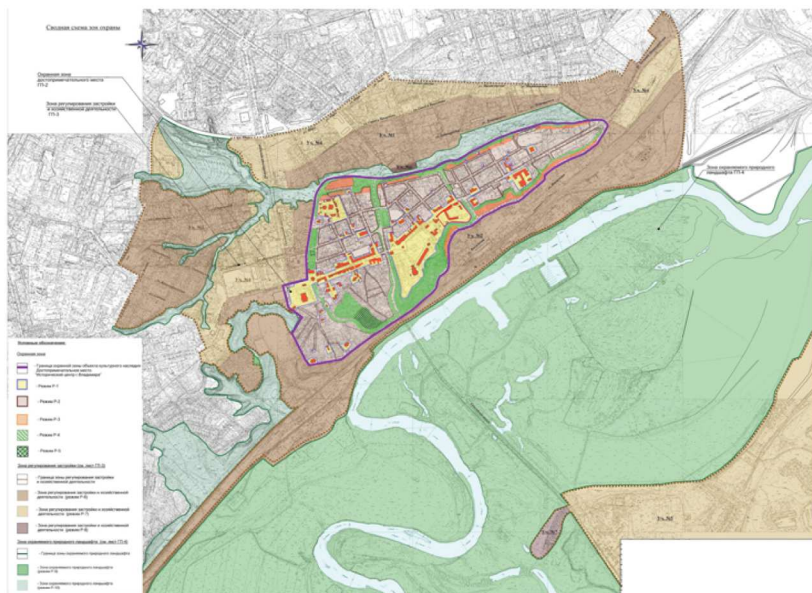


Рис. 1. Охранные зоны исторического ядра города Владимира

Охранные зоны города распространены на значительную территорию муниципалитета, полностью охватывая центр города, а также большую часть живописного вида на реку Клязьма. Соответственно охранные зоны имеют различные ограничения от соблюдения внешнего вида здания, до полного запрета на строительство или ремонт любых сооружений. Именно поэтому в центре города Владимира наблюдаются сильно изношенные и полуразрушенные здания и сооружения.

Инвесторам следует учитывать, что помимо градостроительных ограничений от исторического ядра города существуют и отдельные ограничения вызванные ОКН федерального или регионального значения, которые накладывают дополнительные ограничения на объекты недвижимости вокруг, вплоть до организации парковок и развитию инфраструктуры города. Эти инфраструктурные затруднения не позволяют полноценно развивать такую туристическую концепцию как «все включено» [2].

Большую часть информации можно узнать из открытых источников и баз данных на земельные участки. Однако, инфраструктурные ограничения за частую можно узнать только после прямого обращения в соответствующие инстанции (управляющие компании, муниципальные предприятия, органы ЖКХ и т.д.). К примеру, по склону вдоль реки Клязьма располагается многочисленный частный сектор. Многие дома в нем газифицированы. Однако, в случае строительства или реконструкции старого дома и попытке подключиться с газовым распределительным сетям можно столкнуться с запретом на подвод газа надземным способом. Потребуется решения с подъемной прокладкой коммуникаций, что автоматически удорожает первоначальные инвестиции. Второй проблемой газификации станет ограниченное число точек подключения. Этот фактор автоматически вызывает сложности с прокладкой коммуникаций по территории смежных участков, где потребуются дополнительные согласования. Аналогичные проблемы наблюдаются с подключением к сетям водоснабжения и водоотведения, электроснабжения.

Следующим фактором являются подъездные пути. Некоторые объекты имеют сложные маршруты подъезда и узкую дорогу, что осложняет применение строительной техники. В некоторых случаях, демонтаж придется проводить сразу в грузовой транспорт, а осуществлять временное складирование строительного мусора может быть запрещено. Именно поэтому возникают сложности с полноценной реализацией экологических программ в исторической части города [3].

Более существенным ограничением для инвестора является необходимость проведения археологических работ. Этот фактор как

минимум, отодвигает любой инвестиционный проект на год, а в некоторых случаях срок может быть существенно увеличен. При этом инвестирование археологических работ осуществляется за счет инвестора без государственного софинансирования или участия. Это приводит к существенному удорожанию первоначальных инвестиций.

Единственным способом сокращения издержек на проведение археологических работ является обращение в Научно-образовательный центр археологических исследований ВлГУ, который имеет все необходимые разрешительные документы и работает с использованием региональных цен. Ближайшие археологические организации находятся в городе Москве, но ценовые предложения там существенно выше, при том же качестве работ.

Следует также быть готовым к существенному документарному сопровождению всех строительно-монтажных работ. Практически к любым объектам в историческом ядре города предоставляются требования к отделке и внешнему виду фасада, а в некоторых случаях придется пройти процедуру общественных слушаний.

Все эти факторы увеличивают первоначальные инвестиции в объекты недвижимости, что существенно ограничивает развитие туризма в городе [4]. По предварительным оценкам увеличение стоимости может составлять от 10–15% для объектов, имеющих не существенные ограничения и от 40% для крупных туристических объектов.

Список литературы

1. Постановление Губернатора Владимирской области №1407 от 31.12.2010 г. «Об утверждении границ зон охраны достопримечательного места регионального значения «Исторический центр города Владимира», режимов использования земель и градостроительных регламентов в границах данных зон» URL: <https://vladimir-city.ru/upload/static/urban/post.pdf> (дата обращения 05.05.2021).
2. Щека А.А. «Все включено» – факторы системы // Туризм: право и экономика. 2020. №1. С. 14-15.

3. Погодина И.В., Баранова А.Ф. Экотуризм: необходимость определения и регулирования // Туризм: право и экономика. 2019. №4. С. 21-23.
4. Стрельцов Р.С. Проблемы современного туризма в России // Туризм: право и экономика. 2019. №2. С. 20-21.

References

- 1 The decree of the Governor of Vladimir region No. 1407 of 31.12.2010 “On approval of the boundaries of zones of protection of a heritage site of regional significance “Historic centre of Vladimir,” the modes of land use and planning regulations within the boundaries of these zones” URL: <https://vladimir-city.ru/upload/static/urban/post.pdf> (accessed 05.05.2021).
2. Cheek A.A. “All inclusive” system factors. // Tourism: Law and Economics. 2020. No. 1. pp. 14-15.
3. Pogodina I.V., Baranova A. F. Ecotourism: the need for definition and regulation // Tourism: law and Economics. 2019. No. 4. pp. 21-23.
4. Streltsov R.S. Problems of modern tourism in Russia. // Tourism: Law and Economics. 2019. No. 2. pp. 20-21.

ДАННЫЕ 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 347.78**ПРОБЛЕМА ЗАЩИТЫ АВТОРСКИХ ПРАВ
В WEB-ПРОСТРАНСТВЕ***Шаназарова Е.В., Савельева О.Е.*

В статье поднимаются вопросы защиты интеллектуальной собственности в WEB-пространстве, обозначается ее актуальность на сегодняшний день не только внутри страны, но и на транснациональном уровне. Кроме того, предлагаются пути решения данной проблемы. Сегодня возрастает значение информации в силу ее доступности путем сети Интернет и легкой, быстрой ее передачи подобным путем.

Данная проблема затрагивает права и интересы также правообладателей, как объектов права, так и информации, что приводит к потери ими прибыли, а так же конкурентности и в результате использования их информации в сети уже вторичными пользователями без ссылок на первоисточник. Таким образом, проблема пиратства в сети острая так как не легко достичь баланса интересов и прав правообладателей, пользователей, а также других участников отношений, определяющихся в WEB-пространстве.

Ключевые слова: *способы авторских прав; защита авторских прав; плагиат; произведение.*

**THE PROBLEM OF COPYRIGHT PROTECTION
IN THE WEB SPACE***Shanazarova E.V., Savelyeva O.E.*

The article raises the issues of intellectual property protection in the WEB space, indicates its relevance today not only within the country, but also at the transnational level. In addition, ways to solve this problem

are proposed. Today, the importance of information increases due to its availability via the Internet and its easy, fast transmission in this way.

This problem also affects the rights and interests of copyright holders, both objects of law and information, which leads to their loss of profit, as well as competition, and as a result of the use of their information on the network by secondary users without links to the original source. Thus, the problem of piracy on the Web is acute because it is not easy to achieve a balance of interests and rights of copyright holders, users, as well as other participants in relations determined in the WEB space.

Keywords: *methods of copyright; copyright protection; plagiarism; work.*

В связи с тем, что информационные и коммуникационные технологии с каждым разом совершенствуются и развиваются, возникает проблема защиты авторских прав во всемирной сети «Интернет». Важно подчеркнуть актуальность данной проблемы, поскольку в настоящее время не выработаны точные решения, которые гарантируют защиту прав авторства от недобросовестных пользователей. Такие пользователи используют на своих сайтах произведения, как в целом, так и в части, на праве собственности не принадлежащим им.

Стоит отметить, что актуальность поставленной темы обусловлена также и тем, что на даже международном уровне не существует единой для всех стран позиции, касаемо защиты авторских прав.

Наличие анонимных сайтов, публикующих различную информацию без указания источника и ссылок на автора, создают реальную угрозу авторским правам. Таким образом, перед российской правовой системой стоит важная задача по защите авторских прав, которая предполагает решение данной проблемы в полном объеме.

Итак, какие же на сегодняшний день существуют меры борьбы обозначенной проблемы. Одной из таких мер является совершенствование законодательства в сфере защиты авторских прав. В Российской Федерации действует закон, получивший в свое время неофициальное наименование «Антипиратский закон» [1]. В нем предусмотрена процедура ограничения доступа к информационным

ресурсам. Если правообладатель обнаружит в сети использование принадлежащей ему на праве авторства информации, то он имеет право обратиться с заявлением для принятия мер по определенному ограничению доступа к тем информационным ресурсам, которые распространяют подобную информацию. Кроме того, данным законом предполагается вечная блокировка сайта, использующего информацию незаконным способом.

Следующим способом защиты авторских прав является публично-правовой иск, суть которого содержится в том, что правообладатель предъявляет иск о запрете распространения к России публично-правовой противоправного контента, нарушающего права на результаты своей интеллектуальной деятельности массовых коммуникаций и информационных технологий [2]. Вероятен целый ряд ситуаций при подаче иска, которые могут относиться к признакам защиты интеллектуальных прав в Web-пространстве. И в каждом случае будут свои особенности рассмотрения иска.

Также хотелось бы обратить внимание судов на складывающуюся практику, поскольку существует ряд нюансов, которые необходимо учитывать при разрешении споров по защите авторских прав. Если проанализировать судебную практику, касающуюся защиты прав авторства, то напрашивается вывод о том, что самым частым требованием со стороны автора является взыскание компенсации морального вреда. То есть авторы со своей стороны отдают предпочтение материальной составляющей, нежели требования совершения каких-либо конкретных действий, например, блокировка сайтов, содержащих незаконно заимствованный контент.

Другим инструментом защиты авторских прав является регистрация произведений. Автор может отказаться от реализации своих исключительных прав при передаче произведения в общественное достояние, или вступить в договорные отношения (в том числе, включая передачу авторских прав на соглашения публичной оферты) и др. [3].

Основные проблемы защиты авторских прав в Web-пространстве касаются информационных посредников, пока конечные пользовате-

ли совершенно остаются в тени, хотя они и определяют в принципе основной спрос на подобный контрафактный контент; и по всей вероятности, если исключить контрафактный контент из пиратского сайта, то сам сайт перестанет существовать.

Таким образом, авторские права на данный момент нуждаются в такой защите, которая не оставила бы недобросовестным пользователям ни малейшей возможности использовать информационные ресурсы незаконными способами. Чтобы этого избежать, необходимо доработать, усовершенствовать законодательство и устранить в нем пробелы. Кроме того, автору произведений необходимо всеми средствами и способами, предусмотренными в РФ, защищать свои права. Сделать он это сможет, прежде всего, в судебном порядке, предъявив публично-правовой иск. Помимо этого, автор может и отказаться от исполнения исключительных прав при передаче своего произведения в общественное достояние и др. Проблема защиты авторских прав на данный момент остается неразрешенной, так как существующая система защиты в сети Интернет объективно нуждается в доработке.

Список литературы

1. Федеральный закон от 02.07.2013 N 187-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях».
2. Осипов М.Ю. Защита авторских прав в сети Интернет: основные особенности и проблемы // Актуальные проблемы российского права. 2018. N 12. С. 116-122.
3. Москаленко И.А. Регистрация произведений как инструмент защиты авторских прав в трансграничных отношениях (сеть Интернет) // Актуальные проблемы российского права. 2019. N 3. С. 142-150.

References

1. Federal Law No. 187-FZ of 02.07.2013 “ On Amendments to Certain Legislative Acts of the Russian Federation on the Protection of Intellectual Property Rights in Information and Telecommunications Networks».

2. Osipov M.Yu. Protection of copyright in the Internet: main features and problems // Actual problems of Russian law. 2018. N 12. p. 116-122.
3. Moskalenko I.A. Registration of works as a tool for copyright protection in cross-border relations (the Internet) // Actual problems of Russian law. 2019. N 3. p. 142-150.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Шаназарова Елена Витальевна, кандидат юридических наук, доцент факультета права и управления кафедры публично-правовых дисциплин Владимирского юридического института ФСИН России
Владимирский Юридический институт ФСИН России
ул. Большая Нижегородская, 67Е, г. Владимир, 600020, Россия
alyonarov@mail.ru

Савельева Ольга Евгеньевна, 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
oes57@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Shanazarova Elena Vitalyevna, Associate Professor of Public and Law Department of VLI of the FPS of Russia, PhD (Law)
Vladimir law Institute of the FPS of Russia
67e, Bolshaya Nizhegorodskaya Str., Vladimir, 600020, Russia
alyonarov@mail.ru

Savelyeva Olga Evgenyevna, 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
oes57@mail.ru

УДК 339.13

**КОНКУРЕНТНЫЕ
СТРАТЕГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Штебнер С.В., Петров И.Е.

Статья посвящена анализу конкурентных стратегий предприятия, изучены критерии оценки стратегий, а также рассмотрены факторы, влияющие на повышение конкурентоспособности организации.

Ключевые слова: конкурентная стратегия; конкурентные преимущества; управление конкурентоспособностью.

**COMPETITIVE STRATEGIES
AS A FACTOR OF INCREASING THE COMPETITIVENESS
OF THE ENTERPRISE**

Shtebner S.V., Petrov I.E.

The article is devoted to the analysis of competitive strategies of the enterprise, the criteria for evaluating strategies are studied, and the factors that influence the increase in the competitiveness of the organization are considered.

Keywords: competitive strategy; competitive advantages; managing competitiveness.

В современных рыночных условиях ключевым фактором, определяющим конкурентоспособность организации, выступает конкурентная стратегия. Именно от правильного выбора и применения стратегии зависит положение на рынке и успешность бизнеса.

Конкурентная стратегия – комплекс необходимых действий предприятия при функционировании на рынке. Конкурентные стратегии

фирмы могут быть маркетинговыми, предпринимательскими или корпоративными, конкурентными, портфельными стратегиями бизнеса.

М. Портер предложил следующие конкурентные стратегии:

– Стратегия «лидирования на основе снижения расходов (цен)» берет ориентацию на повышение уровня эффективности производства, но не исключает изменений других показателей в низшую сторону таких как уровень сервиса и качество получаемой продукции или ее отдельных деталей.

– Стратегия дифференциации указывает на то, как используются уникальные моменты и элементы, оцененные потребителями, при производстве продуктов, а также их сбыте.

– Стратегия фокусировки заключается в более глубокой дифференциации услуг, продуктов и товаров, которые выпускает компания, или в достижении в данном рыночном сегменте чуть более пониженных расходов.

Начатую М.Портером концепцию далее развивал Г.Л. Азоев, который несколько видоизменил базовые конкурентные стратегии, а также развил их, улучшая и дополняя. Г.Л. Азоев выделил следующие стратегии:

– Стратегия снижения себестоимости направлена на выпуск стандартной продукции в массовых масштабах.

– Стратегия дифференциации продукта специализируется на изготовлении отличной от других продукции с уникальными свойствами.

– Стратегия сегментации рынка формируется в некоем отдельном рыночном сегменте, конкурентные преимущества строятся на данной сегментации по географическому, психографическому, поведенческому, демографическому или другим видам.

– Стратегия внедрения инноваций заключается в том, что компании производители данных товаров и услуг стремятся к опережению своих конкурентов, при этом, не снижая вовсе себестоимость продуктов и не проводя ее дифференциацию.

– Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка. В ее основе лежит создание оптимальной и немедленной удов-

летворенности различных быстро возникающих потребностей в разнообразных нишах бизнеса, выбор и реализация которых будут максимально рентабельны в реальном раскладе условий рынка.

Также существуют наступательные или оборонные (кооперационные) виды конкурентной стратегии действия различных компаний. Американские ученые Эл Райс и Джек Траут выделили некоторые стратегии:

- оборонная война;
- наступательная война;
- фланговая война;
- партизанская война.

А Филипп Котлер выделял несколько иные виды наступательных и защитных стратегий:

- фронтальное наступление;
- фланговое наступление;
- контрнаступление;
- окружение;
- позиционная оборона;
- фланговая оборона;
- партизанская война.

Наступательные стратегии чаще всего характерны для компаний, идущих после лидера, то есть занимающих вторые или третьи рыночные места. Но не исключено, что после правильной последовательности действий в ходе наступательной стратегии, данная компания сможет не только догнать лидера, но и обойти его, заняв лидерство.

Конкурентоспособность оценивается по поведению потребителей относительно конкретной услуги или товара, в то время как конкурентные преимущества оцениваются еще на начальных этапах создания компании. На всех дальнейших стадиях продолжает идти мониторинг для увеличения конкурентных преимуществ компании. Методами (инструментами) этой реализации становится оценка конкурентных преимуществ, их анализ и учет.

Для выбора необходимой конкурентной стратегии, необходимо учесть ряд разнообразных факторов, исходя из того, какие рыноч-

ные возможности существуют у предприятия. Оценить положение предприятия на рынке можно с помощью следующих методик:

- методика проведения стратегического анализа;
- методика И. Ансоффа;
- конкурентоспособность на основе обобщенной характеристики товара;
- параметрический метод;
- прогнозирование конкурентоспособности при проектировании;
- объемы произведенной продукции как интегральный показатель ее конкурентоспособности;
- матрица «БКГ»;
- матрица «Маккинзи»;
- построение карты рынка или потребительской матрицы.

При формировании конкурентной стратегии необходимо учитывать два условия: привлекательность отрасли и позиции предприятия внутри отрасли. Для того, чтобы правильно выбирать направления деятельности, необходимо осуществлять оценку конкурентоспособности предприятия, которая в дальнейшем поможет определиться со следующими моментами [3]:

- разработкой мероприятий, имеющих направленность на повышение конкурентоспособности;
- определением контрагентов для совместного функционирования;
- выявлением положений для выхода предприятия на новый рынок сбыта;
- инвестиционной деятельностью.

В оценке, которая ведется в конкретно выбранный момент времени, могут использоваться не только фактические, но и прогнозные показатели. Товары, выпускаемые в данный период времени должны быть конкурентоспособны, а у самого предприятия должен быть потенциал для дальнейших разработок, чтобы изготавливать, сбывать и обслуживать те товары, которые будут на уровень выше, чем соответствующие аналоги, по качеству.

Применение методик оценки осложняется тем, что, во-первых, не всегда существует база сравнения, во-вторых методы отличаются не только степенью точности, но и по степени сложности.

Управлять конкурентными преимуществами, грамотно выбирать конкурентную стратегию, значит, управлять конкурентоспособностью предприятия. Основными методами управления являются:

- анализ, заключающийся в выявлении фактов конкурентоспособности и конкурентных преимуществ;
- поиск и разработка новых возможностей для конкурентных преимуществ и развитие наиболее слабых сторон объекта;
- формулирование основных целей, являющихся приоритетными при функционировании, жизнедеятельности и дальнейшего развития объекта;
- создание более узких приоритетов для большей нацеленности к достижению преимуществ.

Таким образом, конкурентные стратегии разрабатываются и выбираются именно руководством предприятия и предназначены для того, чтобы достичь, благодаря использованию различных подходов к направлениям действий со стороны компании наивысших результатов своей работы.

Грамотное использование методик оценки конкурентоспособности для выбора конкурентной стратегии позволит предприятию развиваться, чтобы поднять уровень развития производства, что в свою очередь повысит конкурентоспособность компании и укрепит ее положение на рынке.

Список литературы

1. Белых О.В. Понятие конкурентоспособности и его эволюция // Молодой ученый. 2015. №6. Т.1. С. 145-147.
2. Быков, В. А. Управление конкурентоспособностью: учеб. пособие / В.А. Быков, Е.И. Комаров. Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2018. — 242 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа: <https://new.znaniium.com>]. ISBN 978-5-369-01088-4
3. Конкурентоспособность предприятия (фирмы): учебное пособие / А.К. Александров [и др.]; под общ. ред. В.М. Круглика. Минск: Новое знание; Москва: ИНФРА-М, 2020. 285 с.: ил. (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-006704-9.

4. Криворотов В.В. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика» / В.В. Криворотов, А.В. Калина, С.Е. Ерыпалов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 351 с.

References

1. Belyh O.V. Ponyatie konkurentosposobnosti i ego evolyuciya // Molodoj uchenyj. 2015. №6. Т.1. S. 145-147.
2. Bykov V.A. Upravlenie konkurentosposobnost'yu: ucheb. posobie / V.A. Bykov, E.I. Komarov. Moskva: RIOR: INFRA-M, 2018. 242 s. + Dop. materialy [Elektronnyj resurs; Rezhim dostupa: <https://new.znaniy.com>]. ISBN 978-5-369-01088-4
3. Konkurentosposobnost' predpriyatiya (firmy): uchebnoe posobie / A.K. Aleksandrov [i dr.]; pod obshch. red. V.M. Kruglika. Minsk: Novoe znanie; Moskva: INFRA-M, 2020. 285 s.: il. (Vysshee obrazovanie: Bakalavriat). ISBN 978-5-16-006704-9.
4. Krivorotov V.V. Konkurentosposobnost' predpriyatij i proizvodstvennyh sistem: ucheb. posobie dlya studentov vuzov, obuchayushchihsya po napravleniyam podgotovki «Ekonomika» / V.V. Krivorotov, A.V. Kalina, S.E. Erypalov. M.: YUNITI-DANA, 2017. 351 s.

ДАнные ОБ АВТОРАХ

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

Петров Иван Евгеньевич, студент

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

ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
I_petrov_tiger@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

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

Petrov Ivan Evgenievich, student

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs

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

I_petrov_tiger@mail.ru

УДК 347.9

МЕДИАЦИЯ В УСЛОВИЯХ КОРОНАВИРУСНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

Шумова К.А., Марыкина А.А.

В данной статье поднимается вопрос возможности проведения процедуры медиации с использованием дистанционных технологий. Рассмотрены плюсы и минусы онлайн-медиации, а также опыт зарубежных стран в данном вопросе и возможность его применения.

Ключевые слова: *коронавирус; пандемия; медиация; онлайн-медиация; дистанционные технологии.*

MEDIATION UNDER CORONAVIRUS RESTRICTIONS

Shumova K.A., Marykina A.A.

This article raises the question of the possibility of conducting a mediation procedure using remote technologies. The pros and cons of online mediation are considered, as well as the experience of foreign countries in this issue and the possibility of its application.

Keywords: *coronavirus; pandemic; mediation; online mediation; distance technologies.*

9 февраля 2021 года председатель Верховного Суда РФ Вячеслав Михайлович Лебедев на совещании судей судов общей юрисдикции и арбитражных судов подвел итоги работы российских судов за прошедший год. Объем рассмотренных судами дел в 2020 году превысил объем работы в 2019 году на 11% и составил 38,4 млн дел [1]. Таким образом, несмотря на введенные коронавирусные ограничения, пандемия не помешала росту нагрузки на судей.

У онлайн-медиации есть свои преимущества. Такой формат медиации позволяет преодолевать любые границы между сторонами

спора. Теперь не обязательно проводить личные встречи, все вопросы решаются в дистанционном формате.

Иногда просто невозможно собрать стороны спора в комнату для проведения личной процедуры медиации. Они могут жить в разных концах страны, могут работать удаленно или, возможно, они не могут найти время, чтобы выделить день для медиации, включая поездку к месту проведения и обратно. Так, онлайн-медиация подходит для разрешения споров компаний, находящихся в разных городах.

Онлайн-медиация позволяет работать с участниками процесса в комфортной для них среде. Процесс кажется менее формальным, поскольку он не происходит в традиционных офисах или конференц-залах.

Среди недостатков данного формата можно выделить сокращение невербальной коммуникации, что усложняет работу медиатора. Стороны в процессе онлайн-медиации упускают так называемый «язык тела»: жесты, мимику, интонации, знаки и т.д. При использовании дистанционных технологий людям не хватает живого общения, вследствие чего могут возникать недопонимания [5].

На данный момент существует большое количество платформ, позволяющих использовать возможности онлайн-медиации. Рынок программных средств коммуникаций предоставляет пользователям большое количество разнообразных площадок (Zoom, Discord, Skype, Whatsup и другие) для общения и обмена информацией (обмена текстовыми, аудио- и видео-файлами) [4]. Необходимо убедиться, что онлайн-платформа имеет: безопасную технологию со сквозным шифрованием; гибкие временные рамки; комнату ожидания, комнату для обсуждения; возможность показа документов на экране.

Таким образом, к привычным для нас участникам процедуры медиации – стороны и медиатор – подключаются информационные технологии, которые при урегулировании споров получили название «четвертая сторона». Такое название является метафорой, подчёркивающей, насколько «технология может оказать мощное преобразующее влияние на уже привычную традиционную трёхстороннюю модель конфликто разрешения» [3].

Кроме того, данную процедуру можно провести через электронную почту и телефон, как это удачно осуществляется в США. Стороны обмениваются документами по электронной почте, а медиатор руководит процессом. Считается, что такие онлайн-медиации удобней, так как стороны могут участвовать в них в любое время. Процедура медиации посредством переписки электронными письмами осуществляется медленнее, чем реальные разговоры. Это позволяет сторонам и медиатору лучше продумывать свои ответы и стратегию [6].

Вопрос конфиденциальности в условиях онлайн-медиации является важным аспектом конфиденциальности и безопасности. Перед началом процедуры необходимо проверить состояние организационной техники. Также, медиатор должен напоминать всем сторонам, участвующим в сессии, о необходимости соблюдения конфиденциальности.

Министерство юстиции РФ разрабатывает проект федерального закона «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» и Федеральный закон «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)» в части создания правовой основы для развития системы альтернативных онлайн-механизмов урегулирования споров» [2].

Данный законопроект ставит перед собой цель создания платформы для урегулирования споров онлайн – информационной системы, обеспечивающей процесс досудебного урегулирования споров. Проект федерального закона призван создать в России благоприятные условия для эффективной защиты прав граждан с использованием механизмов альтернативного урегулирования споров и информационных технологий. И хоть в данном акте не учитывается возможность реализации процедуры медиации онлайн, препятствия для этого отсутствуют.

Таким образом, нами была рассмотрена возможность проведения медиации в условиях карантинных ограничений и пришли к выводу, что процедура медиации, как альтернативный способ урегулирова-

ния споров, могла бы помочь судам справиться с большими объемами дел не только в период коронавируса, но и в дальнейшей работе.

Список литературы

1. Доклад Председателя Верховного Суда России Вячеслава Лебедева на совещании судей судов общей юрисдикции и арбитражных судов Российской Федерации (Москва, 9 февраля 2021 года) // Верховный Суд Российской Федерации URL: https://www.vsrp.ru/press_center/video_archive/29648/ (дата обращения: 13.04.2021).
2. «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» и Федеральный закон «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)» в части создания правовой основы для развития системы альтернативных онлайн-механизмов урегулирования споров» // Федеральный портал проектов нормативных правовых актов. URL: <https://regulation.gov.ru/projects#search> (дата обращения: 13.04.2021).
3. Авдыев М.А. Сервисы разрешения споров онлайн: избранные кейсы / М.А. Авдыев // Современные технологии управления. – URL: <https://sovman.ru/article/5601/?pfstyle=wp>.
4. Бойкова А.В. Применение процедуры медиации в условиях пандемии коронавируса / А.В. Бойкова, Д.Г. Малючков // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2020. № 7-2 (46). С. 132-134.
5. Иншакова А. Цифровые технологии альтернативных методов разрешения споров: зарубежная практика и перспективы применения в России / А. Иншакова, Ю. Тымчук // Право в современном мире. 2018. № 1(46). С. 23-31.
6. Using E-Mediation and Online Mediation Techniques for Conflict Resolution // Program on negotiation. Harvard law school. URL: <https://www.pon.harvard.edu/daily/mediation/dispute-resolution-using-online-mediation/> (дата обращения: 13.04.2021).

References

1. Report of the Chairman of the Supreme Court of Russia Vyacheslav Lebedev at a meeting of judges of courts of general jurisdiction and com-

- mercial courts of the Russian Federation (Moscow, February 9, 2021) // Supreme Court of the Russian Federation URL: https://www.vsrfr.ru/press_center/video_archive/29648/ (date of access: 13.04.2021).
2. “On Amendments to the Law of the Russian Federation” On Protection of Consumer Rights “and the Federal Law” On an Alternative Dispute Resolution Procedure with the Participation of a Mediator (Mediation Procedure) “in terms of creating a legal basis for the development of a system of alternative online dispute resolution mechanisms” // Federal portal of draft regulations. URL: <https://regulation.gov.ru/projects#search> (date of access: 13.04.2021).
 3. Avdyev M.A. Online Dispute Resolution Services: Selected Cases / M.A. Avdyev // Modern management technologies. – URL: <https://sovman.ru/article/5601/?pfstyle=wp>.
 4. Boykova A.V. Application of the mediation procedure in the context of the coronavirus pandemic / A.V. Boykova, D.G. Malychkov // International Journal of Humanities and Natural Sciences. 2020. No. 7-2 (46). S. 132-134.
 5. Inshakova A. Digital technologies of alternative methods of dispute resolution: foreign practice and prospects for application in Russia / A. Inshakova, Y. Tymchuk // Law in the modern world. 2018. No. 1 (46). - S. 23-31.
 6. Using E-Mediation and Online Mediation Techniques for Conflict Resolution // Program on negotiation. Harvard law school. URL: <https://www.pon.harvard.edu/daily/mediation/dispute-resolution-using-online-mediation/> (date accessed: 13.04.2021).

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Шумова Кристина Александровна, к.ю.н., доцент, доцент кафедры Гражданского права и процесса
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
ул. Горького, 87, г. Владимир, 600000, Россия
kristinashumov@yandex.ru

Марыкина Анна Алексеевна, магистрант

*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», ул. Горького, 87,
г. Владимир, 600000, Российская Федерация
anna_marykina@mail.ru*

DATA ABOUT THE AUTHORS

Shumova Kristina Aleksandrovna, Candidate of Law, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Civil Law and Procedure

*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
kristinashumov@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-4050-7872*

Marykina Anna Alekseevna, master's degree

*Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs
87, Gorky Str., Vladimir, 600000, Russian Federation
anna_marykina@mail.ru
ORCID: 0000-0002-1562-7477*

УДК 338.49

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Щека А.А.

В статье рассматриваются проблемы, с которыми сталкивается компания при формировании ассортиментной политики, анализируется общий подход к исследованию факторов.

Ключевые слова: *ассортиментная политика; стратегический анализ; ассортимент товаров; управление ассортиментом.*

PROBLEMS OF FORMING THE ASSORTMENT POLICY OF A TRADING ENTERPRISE

Shcheka A.A.

The article discusses the problems faced by the company in the formation of assortment policy, analyzes the general approach to the study of factors.

Keywords: *assortment policy; strategic analysis; product range; assortment management.*

Изучения проблем формирования ассортиментной политики должно исходить из обстоятельств, сложившихся на потребительском рынке в текущий момент: динамичное развитие товаров и товарных групп по всем имеющимся направлениям; развитие технологий производства товаров, непрерывное совершенствование сырья и материалов, применяемых при производстве товаров; рост объёма информации о товарах; доступность информации о товарах; большое количество конкурирующих между собой торговых организаций, предлагающих большое количество идентичных или однородных товаров различных производителей; большое количе-

ство производственных компаний, использующих разнообразные современные технологии и материалы [2].

Эти и другие обстоятельства оказывают серьёзное влияние на процесс формирования ассортиментной политики в части необходимости формирования базы знаний о товарах, материалах и технологиях.

Современная торгующая организация не всегда представляется крупной сетевой компанией, зачастую такие компании не имеют большого штата и имеют всего один магазин, что говорит о том, что временные и материальные затраты на формирование такой базы знаний и всей информационной системы могут быть не целесообразны а в ряде случаев и губительны. Формирование ассортиментной политики должно быть основано на обстоятельствах объективной природы, без применения избыточных мер [1].

Стратегический подход к анализу характеристик товара позволяет не только оптимизировать структуру ассортимента, но и достичь оперативных целей торговой организации. К оперативным целям следует отнести: недопущение кассовых разрывов, позиционирование магазина, создание непрерывного потока потребителей и др.

Стратегия товарной группы, как и ассортиментная политика предполагают выполнение ежедневных тактических мероприятий: осуществляется непрерывный мониторинг и пересмотр цен, реализуются и совершенствуются мероприятия по продвижению товара, осуществляется выкладка товара на полки, осуществляется формирование предварительных заявок на товар.

Все перечисленные мероприятия осуществляются при соблюдении баланса между противоречивыми интересами покупателя и продавца. Для сохранения оптимального баланса маркетологи могут воспользоваться распространённой практикой, широко применяемой специалистами в области оценочной деятельности, а именно использование затратного и доходного подхода, которые ложатся в основу политики ценообразования. Эти два подхода основаны на удовлетворении покупателей с одной стороны за счёт прозрачности цены на одни товары, а с другой на обеспечении соответствия объявленной цены ожидаемой.

Говоря о специфике торговли нужно сделать акцент на том, что товар, как правило, покупается в ассортименте, а приобретение одного товара, с фиксированной адвалорной наценкой делается одновременно с покупкой товара, цена на который сформирована маркетологом. Несомненно, что данные правила распространяются не на все категории товаров, а в основном на товары широкого потребления. Промышленные товары приобретаются по необходимости и в их отношении ассортиментная, и ценовая политика формируются с учётом товарных особенностей.

Немаловажное значение с точки зрения решения проблем формирования ассортиментной политики приобретают результаты анализа объёмов и наименований проданной продукции. Результаты анализа позволяют сформировать массив данных о продажах в той или иной ассортиментной группе и сделать выводы о степени соответствия объёмов продаж товара каждого наименования.

Существенной проблемой при разработке ассортиментной политики выступает среда, в которой осуществляется этот процесс. Разработка ассортиментной политики требует: наличия чётких целей торговли, глубокого знания рынка, его структуры и требований покупателя, наличия стратегии торговой организации, SWOT-анализ торгового предприятия;

В этих обстоятельствах существенной проблемой для организации становится получение исчерпывающей достоверной информации о состоянии рынка, о ценовой и ассортиментной политике конкурентов, об оценке продукции и ассортимента покупателями, жизненном цикле продукта.

Следует обратить внимание на то, что персонал торговой организации должен иметь представление о современных методиках формирования ассортиментной политики, и, не смотря на их относительную схожесть, существенным фактором выступает владение этими методиками.

Очевидно, что применение стратегического подхода к формированию ассортиментной политики требует наличие специальных компетенций у сотрудников торговой компании. При отсутствии не-

обходимой квалификации сотрудников, стратегический подход при формировании ассортиментной политики может осуществляться при помощи консультантов, либо возникает необходимость повышения квалификации руководства организации для решения стоящих задач собственными силами. Особое внимание обращают на себя вопросы психологии восприятия потребителем представленного ассортимента, а, следовательно, сотрудники торговой компании должны иметь общее представление о правильном позиционировании различных групп товаров в особенности высокодоходных широко разрекламированных.

Проблемы формирования ассортиментной политики можно условно разделить на следующие группы: организационно-методологические, информационно-аналитические, экономико-управленческие.

К организационно методологическим необходимо отнести нерешенные вопросы изучения методологии и организации процесса стратегического планирования в организации, частью которого является процесс разработки ассортиментной политики. К информационно-аналитическим проблемам следует отнести нерешенные задачи по сбору, обработке и интерпретации маркетинговой информации, создания базы данных и базы знаний, выбора методов осуществления маркетинговых исследований, создания полноценной системы поддержки управленческих и маркетинговых решений в организации. К экономико-управленческим проблемам можно отнести не имеющие очевидных решений задачи, связанные с принятием решений в отношении товарной и ассортиментной политики, организации системы непрерывного мониторинга и прогнозирования ассортимента, принятия решений и организация работ по управлению товарными запасами, осуществлению расчётов экономической эффективности ассортимента.

Список литературы

1. Лучина Н.А., Леушина О.В., Зотова Е.Г. Подходы к реализации ассортиментной политики торговой организации // Сборник на-

- учных трудов III Международной научно-практической конференции. Крымский инженерно-педагогический университет. 2017. С. 326-327.
2. Трунин Г.А. Факторы инновационного развития организации: методологический аспект управленческой деятельности // Наука Красноярья. 2021. Т. 10. № 2-2. С. 185-189.

References

1. Luchina N.A., Leushina O.V., Zotova E.G. Approaches to the implementation of the assortment policy of a trade organization // Collection of scientific papers of the III International scientific and practical conference. Crimean Engineering and Pedagogical University. 2017. P. 326-327.
2. Trunin G.A. Factors of innovative development of the organization: methodological aspect of managerial activity // Science of Krasnoyarsk. 2021. Vol. 10. no. 2-2. p. 185-189.

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 338.49

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ
ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Щека А.А.

В статье рассматриваются тенденции формирования ассортиментной политики торгового предприятия на современном этапе.

***Ключевые слова:** розничная торговля; стратегическое планирование; товарная политика; ассортиментная политика.*

**MODERN TRENDS FOR FORMING THE ASSORTMENT
POLICY OF A TRADING COMPANY**

Shcheka A.A.

The article discusses the trends in the formation of the assortment policy of a trading enterprise at the present stage.

***Keywords:** retail trade; strategic planning; product policy; assortment policy.*

Тенденции формирования ассортиментной политики торговой организации продиктованы непрерывным совершенствованием способов продажи товара, методов его продвижения, непрерывного роста числа различных товарных позиций, их ассортимента и качества [1].

Товарная и ассортиментные политики формируются в условиях непрерывно меняющейся внешней среды организации, одним из наиболее влияющих факторов которой выступает продолжительность жизненного цикла товара.

Научно технический прогресс, приводящий к появлению современных материалов, новых в том числе высокотехнологичных

видов товаров, побуждает торговые организации прогнозировать продолжительность периода экспозиции того или иного товара в ассортименте, а, следовательно, более детально прорабатывать номенклатуру товаров, хранящихся на складах компании.

Говоря о тенденциях формирования ассортиментной политики необходимо сказать о том, что фундаментальным направлением выступает непрерывное углубление знаний руководства компании рыночной ситуации. Большое количество эталонных маркетинговых стратегий создают отдельное направление работы руководства по их изучению и внедрению. Кроме того, внедрение стратегических инструментов накладывает особые требования по владению навыками формирования политик, программ, проектов, а также способностям осуществлять всесторонний стратегический анализ деятельности организации. Основной тренд современной торговли – это борьба за покупателя, а по тому, компании, работающие в сфере торговле, находятся в непрерывном поиске наиболее оптимальных путей актуализации ассортимента, возможностей для создания универсального механизма планирования и прогнозирования ассортимента, способов повышения экономической эффективности маркетинговой деятельности.

Так как ассортиментная политика представляет собой технологию, то процесс её формирования представляет собой сложный процесс. В текущей рыночной ситуации процесс формирования ассортиментной политики исходит из следующих ключевых моментов: объективные потребности рынка, выявленные эмпирическим путём и непрерывно наблюдаемые; стратегические ориентиры торговой компании, определённые экспертами при использовании инструментов стратегического планирования; экономическое состояние торговой организации.

Основу процесса формирования ассортиментной политики современной торговой организации составляют несколько ключевых операций: составление исчерпывающего каталога товаров, классификация товаров; формирование ассортиментного портфеля и его контроль; создание программы лояльности покупателей, меро-

приятый по развитию отношений с поставщиками и партнёрскими организациями.

При составлении каталога товаров целесообразно применять кластерный анализ, при помощи которого у товаров выявляются некие общие признаки, на основе которых они объединяются в товарные группы.

Тенденции формирования ассортиментной политики таковы, что ключевое значение в процессе стратегического планирования ассортимента имеет жизненный цикл товара и услуг, связанных с ним. Торговая организация при планировании ассортимента должна исходить из того факта, что срок экспозиции товара не долг, а время на его эффективную реализацию сильно ограничено.

Ассортиментная политика торговой организации призвана утвердить следующую совокупность базовых основополагающих моментов: непрерывный учёт динамики цен на товары; мониторинг предпочтений покупателей и ориентация на них; ориентация на глубокое знание продаваемого товара; чёткое рыночное позиционирование и определение рыночного сегмента;

Интенсификация рекламной деятельности компании также связана с ассортиментной политикой, наибольшее значение она приобретает в условиях высокой конкуренции и высоких требований, предъявляемых потребителями к товарам и услугам, именно это делает ассортиментную политику компании инструментом повышения конкурентоспособности.

Целеполагание при формировании ассортиментной политики также является одной из ключевых тенденций. Цели делятся на подцели, тем самым формируя целевые ориентиры [2]. Основной целью выступает разработка экономически эффективного ассортимента товаров, в отведённый для этого период времени. Ассортимент должен иметь ориентацию на удовлетворение потребностей покупателей в максимальной степени и одновременно на обеспечение доходности торговли. Можно сделать вывод, что ассортиментная политика способствует реализации стратегии компании и достижению стратегических целей организации в зависимости от текущих и перспектив-

ных рыночных потребностей. Можно сказать, цели ассортиментной политики ориентированы на длительный период времени.

Разработка ассортимента предполагает не только выявление потребностей в продукции конкретной группы, а также планирование и прогнозирование идеального каталога. Она предполагает выбор и обоснование основных направлений деятельности, подбор товарных предложений, обнаружение вероятных рисков и предотвращение возможных последствий. Формирование и реализация ассортиментной политики решает как маркетинговые, так экономические задачи.

Следующей важной тенденцией формирования ассортиментной политики является становление ассортиментной политики важнейшей частью системы менеджмента организации. Процесс следует рассматривать в виде логической последовательности следующих этапов: выявление текущих и перспективных потребностей клиентов; анализ методов применения продукции; оценка собственной продукции с позиции клиента; принятие мер и решений о добавлении или удалении продукта; анализ рекомендации о создании новой продукции; поиск новых сфер и методов использования продуктов; создание новых или улучшение текущих товаров; изучение производственных возможностей; «полевые» тестирования товаров; оценка рентабельности.

После проведения оценки качества параметров на каждом рынке проводится изъятие нерентабельной продукции. Чтобы определить достоверный уровень продаж и финансовой эффективности в динамике каждого продукта, учитываются данные с каждого рынка реализации. Изымаются не только устаревшие и неэффективные товары, но и те, что продолжают пользоваться спросом. Один из ключевых процессов – это систематический контроль поведения и жизненного цикла продукции на рынке. Только так будут получены достоверные данные для принятия дальнейших решений.

Список литературы

1. Лучина Н.А., Леушина О.В., Зотова Е.Г. Подходы к реализации ассортиментной политики торговой организации // Сборник на-

- учных трудов III Международной научно-практической конференции. Крымский инженерно-педагогический университет. 2017. С. 326-327.
2. Трунин Г.А. Факторы инновационного развития организации: методологический аспект управленческой деятельности // Наука Красноярья. 2021. Т. 10. № 2-2. С. 185-189.

References

1. Luchina N.A., Leushina O.V., Zotova E.G. Approaches to the implementation of the assortment policy of a trade organization // Collection of scientific papers of the III International scientific and practical conference. Crimean Engineering and Pedagogical University. 2017. P. 326-327.
2. Trunin G.A. Factors of innovative development of the organization: methodological aspect of managerial activity // Science of Krasnoyarsk. 2021. Vol. 10. no. 2-2. p. 185-189.

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

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/>)

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

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОПЦИОННЫХ ПРОГРАММ КАК СРЕДСТВА ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ Герасимук А.Д., Хрипунова М.Б.	7
АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ Ерлыгина Е.Г., Вдовина Ю.В.	12
ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ПРОДВИЖЕНИЯ В КРИЗИСНЫЙ И ПОСТКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД Еронин В.А.	17
ВЕБ-КОНФЕРЕНЦИИ В АДМИНИСТРАТИВНОМ СУДОПРОИЗВОДСТВЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ Зайчиков Я.В., Царев М.А.	26
НЕЗАКОННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ АЗАРТНЫХ ИГР В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН Зебницкая А.К.	31
ПРИНЦИПЫ КОМАНДООБРАЗОВАНИЯ Камышник В.В., Петров С.В.	36
ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОЛОГИИ SCRUM В МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОЕКТАХ Кашицына Т.Н., Минеев Д.А.	41
ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЦЕН НА ЕВРОПЕЙСКИЕ ОПЦИОНЫ Костин А.В., Панкова М.А., Хрипунова М.Б.	46
МЕТОДОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В РЕГИОНАХ РФ Ловкова Е.С., Алхаммуд Мажд	53
ГОСУДАРСТВЕННАЯ КАДАСТРОВАЯ ОЦЕНКА ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА Луференко Г.Н., Юсипова И.В.	58

МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	
Мархайчук М.М., Зоров М.Д.	63
УЧЁТ ИНВЕСТИЦИОННЫХ АКТИВОВ	
Маслакова Д.О.	69
ВАЖНОСТЬ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ КОМАНДНЫХ РОЛЕЙ В КОМАНДООБРАЗОВАНИИ	
Мочалов И.Р., Петров С.В.	75
СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТОВАРОВ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ ИНОСТРАННОЙ КОНКУРЕНЦИИ	
Пылаева А.С., Сорокин Д.В.	80
ЦИФРОВОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ	
Сняговский С.Д., Петраков К.А., Макаров Е.А., Хрипунова М.Б.	85
ДИДЖИТАЛИЗАЦИЯ HR-СИСТЕМЫ	
Субботина Н.О., Новикова В.Д.	93
ИССЛЕДОВАНИЯ ПРИРОДЫ ДОХОДА СТЕЙКХОЛДЕРОВ КОНЦЕССИОННОГО СОГЛАШЕНИЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ТВЕРДЫМИ КОММУНАЛЬНЫМИ ОТХОДАМИ	
Тарасов Д.И., Губернаторов А.М.	102
ИННОВАЦИИ В ТРАНСПОРТНОЙ ОТРАСЛИ: РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ	
Тесленко И.Б., Хваталова Е.С.	109
ОСОБЕННОСТИ РАСЧЕТА ФИНАНСОВЫХ МОДЕЛЕЙ МЕЖДУНАРОДНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ УЧАСТНИКОВ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
Трунин Г.А.	117
ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОРОДОВ С ИСТОРИЧЕСКИМ ЯДРОМ ПО РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ВЛАДИМИРА	
Трунин Г.А.	122
ПРОБЛЕМА ЗАЩИТЫ АВТОРСКИХ ПРАВ В WEB-ПРОСТРАНСТВЕ	
Шаназарова Е.В., Савельева О.Е.	127

КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ Штебнер С.В., Петров И.Е.	132
МЕДИАЦИЯ В УСЛОВИЯХ КОРОНАВИРУСНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ Шумова К.А., Марькина А.А.	139
ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ Щека А.А.	145
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ Щека А.А.	150
ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ	155

CONTENTS

FOREIGN EXPERIENCE OF USING EMPLOYEE STOCK OWNERSHIP PROGRAMS AS A MEASURE OF STAFF MOTIVATION Gerasimuk A.D., Khripunova M.B.	7
AUTOMATED MANAGEMENT SYSTEMS IN THE ORGANIZATION'S ACTIVITIES Vdovina Yu.V., Erlygina E.G.	12
E-COMMERCE AND FEATURES OF ITS PROMOTION IN THE CRISIS AND POST-CRISIS PERIOD Eronin V.A.	17
WEB CONFERENCES IN ADMINISTRATIVE COURT PROCEEDINGS: PROSPECTS OF APPLICATION Zaichikov Y.V., Tsarev M.A.	26
ILLEGAL ORGANIZATION AND CONDUCT OF GAMBLING IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN Zebnitskaya A.K.	31
PRINCIPLES OF TEAM BUILDING Kamyshnik V.V., Petrov S.V.	36
APPLICATION OF SCRUM METHODOLOGY IN MARKETING PROJECTS Kashitsina T.N., Mineev D.A.	41
THE EUROPEAN OPTIONS PRICES PREDICTIONS Kostin A.V., Pankova M.A., Khripunova M.B.	46
METHODOLOGY FOR DEVELOPING A PROJECT MANAGEMENT SYSTEM IN THE REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION Lovkova E.S., Alhammud Majd	53
STATE CADASTRAL ASSESSMENT OF LAND PLOTS: COMPARATIVE ANALYSIS OF RUSSIAN AND FOREIGN EXPERIENCE Luferenko G.N., Yusipova I.V.	58
MARKETING MANAGEMENT OF THE TRADING ORGANIZATION Markhaichuk M.M., Zorov M.D.	63
ACCOUNTING FOR INVESTMENT ASSETS Maslakova D.O.	69

THE IMPORTANCE OF TEAM ROLES ASSIGNMENT IN TEAM BUILDING	
Mochalov I.R., Petrov S.V.	75
WAYS TO INCREASE THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF DOMESTIC PRODUCTS IN THE CONTEXT OF GLOBAL FOREIGN COMPETITION	
Pylaeva A.S., Sorokin D.V.	80
DIGITAL EDUCATION: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES	
Sinyagovsky S.D., Petrakov K.A., Makarov E.A., Khripunova M.B.	85
DIGITALIZATION OF THE HR SYSTEM	
Subbotina N.A., Novikova V.D.	93
STUDIES OF THE NATURE OF THE INCOME OF THE STAKEHOLDERS OF THE CONCESSION AGREEMENT IN THE SOLID MUNICIPAL WASTE MANAGEMENT SYSTEM	
Tarasov D.I., Gubernatorov A.M.	102
INNOVATIONS IN THE TRANSPORT INDUSTRY: REALITIES AND PROSPECTS	
Teslenko I.B., Khvatalova E.S.	109
SPECIFICITY OF CALCULATION OF FINANCIAL MODELS OF INTERNATIONAL INVESTMENT PROJECTS OF PARTICIPANTS OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY	
Trunin G.A.	117
PROBLEMS OF INVESTMENT POTENTIAL OF CITIES WITH A HISTORICAL CORE FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF VLADIMIR	
Trunin G.A.	122
THE PROBLEM OF COPYRIGHT PROTECTION IN THE WEB SPACE	
Shanazarova E.V., Savelyeva O.E.	127
COMPETITIVE STRATEGIES AS A FACTOR OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE	
Shtebner S.V., Petrov I.E.	132
MEDIATION UNDER CORONAVIRUS RESTRICTIONS	
Shumova K.A., Marykina A.A.	139

PROBLEMS OF FORMING THE ASSORTMENT POLICY OF A TRADING ENTERPRISE	
Shcheka A.A.	145
MODERN TRENDS FOR FORMING THE ASSORTMENT POLICY OF A TRADING COMPANY	
Shcheka A.A.	150
RULES FOR AUTHORS	155

Подписано в печать 31.05.2021. Дата выхода в свет 31.05.2021.
Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 11,82. Тираж 3000 экз. Свободная цена.
Заказ 103-2/21. Отпечатано с готового оригинал-макета в типографии
«Издательство «Авторская Мастерская». Адрес типографии:
ул. Пресненский Вал, д. 27 стр. 24, г. Москва, 123557 Россия.