

МОЛОДОЙ
УЧЁНЫЙ



VIII Международная научная конференция

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА И ПРАКТИКА



Краснодар

УДК 330
ББК 65
Э40

Главный редактор: *И. Г. Ахметов*

Редакционная коллегия сборника:

М. Н. Ахметова, Э. А. Бердиев, Ю. В. Иванова, А. В. Каленский, В. А. Куташов, К. С. Лактионов, Н. М. Сараева, Т. К. Абдрасилов, О. А. Авдеюк, О. Т. Айдаров, Т. И. Алиева, В. В. Ахметова, В. С. Брезгин, О. Е. Данилов, А. В. Дёмин, К. В. Дядюн, К. В. Желнова, Т. П. Жуйкова, Х. О. Жураев, М. А. Изнатов, К. К. Калдыбай, А. А. Кенесов, В. В. Коварда, М. Г. Комогоорцев, А. В. Котляров, В. М. Кузьмина, К. И. Курпаяниди, С. А. Кучерявенко, Е. В. Лескова, И. А. Макеева, Т. В. Матроскина, Е. В. Матвиенко, М. С. Матусевич, У. А. Мусаева, М. О. Насимов, Б. Ж. Паридинова, Г. Б. Прончев, А. М. Семахин, А. Э. Сенцов, Н. С. Сенюшкин, Д. Н. Султанова, Е. И. Титова, И. Г. Ткаченко, С. Ф. Фозилов, А. С. Яхина, С. Н. Ячинова

Международный редакционный совет:

З. Г. Айрян (Армения), П. Л. Арошидзе (Грузия), З. В. Атаев (Россия), К. М. Ахмеденов (Казахстан), Б. Б. Бидова (Россия), В. В. Борисов (Украина), Х. Ч. Буриев (Узбекистан), Г. Ц. Велковска (Болгария), Т. Гайич (Сербия), А. Данатаров (Туркменистан), А. М. Данилов (Россия), А. А. Демидов (Россия), З. Р. Досманбетова (Казахстан), А. М. Ешиев (Кыргызстан), С. П. Жолдошев (Кыргызстан), С. Игисинов (Казахстан), К. Б. Кадыров (Узбекистан), И. Б. Кайгородов (Бразилия), А. В. Каленский (Россия), О. А. Козырева (Россия), Е. П. Колпак (Россия), А. Н. Кошербаева (Казахстан), К. И. Курпаяниди (Узбекистан), В. А. Куташов (Россия), Лю Цзюань (Китай), Л. В. Малес (Украина), М. А. Нагервадзе (Грузия), Ф. А. Нурмамедли (Азербайджан), Н. Я. Прокопьев (Россия), М. А. Прокофьева (Казахстан), Р. Ю. Рахматуллин (Россия), М. Б. Ребезов (Россия), Ю. Г. Сорока (Украина), Г. Н. Узakov (Узбекистан), Н. Х. Хоналиев (Таджикистан), А. Хоссейни (Иран), А. К. Шарипов (Казахстан), З. Н. Шуклина (Россия)

Экономическая наука и практика: материалы VIII Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, июль, 2020 г.). — Краснодар : Новация, 2020. — iv, 38 с.

ISBN 978-5-907222-87-8

В сборнике представлены материалы VIII Международной научной конференции «Экономическая наука и практика». Предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов экономических специальностей, а также для широкого круга читателей.

УДК 330
ББК 65

ISBN 978-5-907222-87-8

© Оформление. ООО «Издательство Молодой ученый», 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ОБЩЕСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

Рахматов А.А.

Факторы модернизации РФ в социально-экономической сфере.....1

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Мальшева М.С.

Преимущества и недостатки единой европейской валюты евро.....5

ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ

Sagidolla B. M., Batyrbekova D., Kilaken A.

Value-at-risk (VaR) method in insurance industry.....9

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА
И КОММУНИКАЦИИ**Фу Кайин**Исследование стратегии цифрового маркетинга
компании Huawei.....16ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРЕДПРИЯТИЯ, УПРАВЛЕНИЕ
ПРЕДПРИЯТИЕМ**Варназов Л.А.**

Тенденции развития проектного управления за рубежом.....20

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Аристов А. В., Аристов Ю. И.

Развитие экономики Российской Федерации путем обеспечения конкурентоспособности на электронных торговых площадках.....28

ТУРИЗМ

Царевская И. Л.

Образовательный туризм как технология повышения профессиональных компетенций..... 33

ОБЩЕСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

Факторы модернизации РФ в социально-экономической сфере

Рахматов Александр Ахмедович, кандидат политических наук, доцент
Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

Сегодня в условиях глобализации государственная социально-экономическая политика, приспособление к процессам политической и экономической модернизации неизбежно влекут за собой структурную перестройку, которая способна повысить качество и конкурентоспособность экономики на глобальном рынке. При этом Российская Федерация вынуждена осуществлять в инновационно-модернистских условиях, когда остро стоит проблема согласования процессов формирования нового социального порядка и российской государственности, развития гражданского социума, преодоления социальной дезинтеграции и дифференциации, экономической стагнации и — что очень важно — участия в процессах мировой модернизации на выгодных для себя условиях.

Известно, что старое распадается быстрее, чем формируется новое, поэтому реформируемый социум на какое-то время неизбежно оказывается в состоянии опасной неопределенности. Под лозунгом демократизации и модернизации были разрушены несущие конструкции Советской власти — сначала КПСС, потом Советы народных депутатов. В это время альтернативная система государственного управления существовала еще только в головах индивидов.

Сегодня социально-политическое равновесие России неустойчивое, особенно во время распространения коронавируса и мировой пандемии. Пока еще значительная часть граждан России (по оценкам специалистов, до половины) не потеряла веру и доверие власти. Но если и эта надежда будет потеряна, то переход социального конфликта из холодной фазы в горячую станет только вопросом времени.

Поэтому от власти особенно требуется овладение тонким искусством сохранения хрупкого баланса между экономически эффективным развитием и социальной справедливостью. Доверие общества тем выше, чем чаще обещания власти совпадают с его социальными ожиданиями, а практические решения в экономике — с реальным приростом национального богатства, ростом личного благополучия граждан.

Отрыв политики от экономики, попытки устранения государства из экономической и социальной сферы, ускоренные политические и социальные реформы, могут сыграть свою крайне негативную роль во взаимоотношениях власти и общества.

В то же время и примененные макроэкономические методы финансирования стабилизации продемонстрировали свой примитивизм и ограниченность действия в приложении к столь уникальному объекту, как российская экономика. Эксперимент не мог не обернуться тем, чем он обернулся: шоком от несовместимости макроэкономической политики с экономической системой и национальной моделью развития. Это спровоцировало разрушение экономической системы, которое до настоящего времени сопровождается проеданием национального богатства и национального имущества, а также функционированием государства за счет заимствований у населения и внешнего кредитования.

Небольшой экономический рост последних лет не может расцениваться в качестве заслуги новой экономической модели, так как обеспечивается благоприятной конъюнктурой цен на энергоносители и ограниченным кругом технических средств денежно-кредитной политики и валютного регулирования. Внутренние же мотивы роста — импортозамещение и спрос — постоянно наталкиваются на системные ограничения, заложенные в модель стабилизации. В целом формирующаяся модель развития страны закладывает догоняющий тип модернизации и постоянное отставание структурной адаптации от требований глобальной модернизации. Поддерживается тенденция к усилению зависимого развития российской экономики. Системные изъяны экономической модели сохраняются. Она поддерживает ресурсоемкий тип развития, не стимулирует ресурсосбережение.

Сложившаяся ситуация может привести к замораживанию низкого уровня производительности труда, снижению его качества, а также снижению конкурентоспособности и качества отечественной продукции обрабатывающей промышленности, вытеснению ее с международных рынков.

Практическая реализация экономической политики для любой власти — это всегда балансирование между соблюдением требований экономически эф-

эффективного использования отечественного потенциала и социальной справедливости. Поэтому политическая состоятельность любой власти в России всегда будет проверяться ее способностью решить главную задачу, которая заключается в эффективном использовании экономического потенциала. В настоящее время это может обеспечить только переход к политике экономического роста и развития в кратчайшие сроки.

Поэтому заявления о социальной справедливости, не подкрепленные расширением производства, ростом предпринимательской активности и производительности труда, чреватые еще большим отчуждением власти от граждан и окончательным истощением созидательной энергии общества.

Центром любых мероприятий, создающих условия для перехода к экономическому росту, должно быть повышение благосостояния всех слоев населения через оживление массового платежеспособного спроса при наращивании внутреннего производства и его реструктуризации в пользу отраслей потребительского назначения. Нужен ускоренный переход к модели «социально ориентированной модернизации индустриальной системы». Целью реформирования экономической и социальной сфер сегодня должно стать предоставление прав, возможностей и условий для развития человеческого капитала.

Международная практика глобального развития свидетельствует: первоочередная долгосрочная программа социальной политики в переходный период должна состоять в том, чтобы:

- обеспечить людям условия переквалификации, приобретение новой профессии, помочь найти новое рабочее место и, главное, не допустить обнищания основной массы населения;
- создать экономические и правовые условия, стимулирующие активную часть граждан на производительный труд как основу личного благосостояния и благополучия общества;
- поддержать оптимальное соотношение между доходами трудоспособной части общества и нетрудоспособными гражданами;
- усилить адресность социальной поддержки, ограничить и сократить масштабы бедности;
- обеспечить основные социальные гарантии в области доходов населения и сохранить на уровне действующих гарантии медицинского обслуживания, образования и культурного развития;
- стабилизировать положение в жилищной сфере;
- обеспечить сдерживание безработицы и поддержать вынужденных мигрантов.

В соответствии с поставленными целями, государству необходимо сосредоточить свои усилия на ряде приоритетных направлений и на первоочередных задачах социальной политики. В их числе предотвращение снижения реальных денежных доходов населения; обеспечение баланса экономических интересов работников, предпринимателей и нетрудоспособных граждан; реформирование социальной сферы, прежде всего здравоохранения, социального обеспечения, образования, культуры; усиление воздействия государства на занятость населения и активизация работы по переподготовке кадров.

Для реализации этих основных наиболее значимых социальных задач необходимым условием является разграничение полномочий при разработке и осуществлении политики в социальной сфере между федеральными и региональными органами государственной власти. Это тем более важно, что одним из факторов негативного характера российских преобразований как раз и явилось усиление межрегиональных различий в уровне жизни населения, неблагоприятная динамика производственных и финансовых показателей и т.д.

Литература:

1. GR и лоббизм. Теория и технологии. Учебник.— Москва: Мир, 2016.
2. Антанович, Н. А. Политология. Конспект лекций / Н. А. Антанович.— М.: ТетраСистемс, 2018.
3. Афонцев, С. А. Политические рынки и экономическая политика / С. А. Афонцев.— М: ИЛ, 2018.
4. Барышников, Д. Н. Конфликты и мировая политика / Д. Н. Барышников.— М.: АСТ, АСТ Москва, Восток-Запад, 2015.
5. Березкина, О. С. Очерки истории и политической науки / О. С. Березкина.— М: Огни, 2019.
6. Борщевский, Г. А. Государственная служба. Учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. А. Борщевский.— М.: Юрайт, 2016.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Преимущества и недостатки единой европейской валюты евро

Мальшева Мария Сергеевна, студент магистратуры
Регенсбургский университет (Германия)

В статье автор рассматривает преимущества и недостатки единой европейской валюты евро и ее влияние на экономику стран-участников еврозоны.

Ключевые слова: евро, Европейский Союз, валютная политика, еврозона.

Единая европейская валюта евро была введена в безналичное обращение 1 января 1999 г., а через три года, 1 января 2002 г., были введены в наличное обращение банкноты и монеты. Валюта евро дает много преимуществ, которые в разной степени ощутимы для государств, предприятий и граждан еврозоны.

Согласно общей экономической теории введение евро способствует упрощению торговли между государствами еврозоны и отсутствию транзакционных издержек. Это очень выгодно как для потребителей, так и для предприятий европейского экономического пространства, которые получают преимущества из-за отсутствия торговых барьеров между государствами-членами. Более того, для европейских предприятий исчезают ранее существовавшие внутренние экономические обменные риски и связанная с ними необходимость страхования валют. В период с 2002 по 2009 год торговый оборот внутри еврозоны вырос на 5–15%. Евро считается «довершением единого европейского внутреннего рынка», без которого европейскому внутреннему рынку не хватало бы важного компонента [1, с. 1031].

При введении евро ожидалось, что ценовые различия на товары и услуги в европейских странах сократятся: существовавшие прежде различия должны были быстро сократиться за счет уравнивающего влияния арбитражной торговли. Это должно привести к более сильной конкуренции между производи-

телями, к более низкой инфляции, более низким ценам и, как следствие, к повышению благополучия потребителей.

Еще одним преимуществом евро является то, что спекуляции в отношении этой валюты осуществить гораздо сложнее, чем в отношении более мелких валют. Валютные спекуляции могут нанести серьезный вред европейской валютной системе, как это произошло в 90-е годы (например, «черная среда» 16 сентября 1992 г.). Кроме того, валютные спекуляции могут привести к недооценке или переоценке валюты, что негативно влияет на показатель инфляции и экономический рост в валютных пространствах и усложняет эффективную торговлю между ними. Еще одним негативным последствием валютных спекуляций является истощение валютных резервов государства.

Большую выгоду от введения евро получили люди, путешествующие по Европе. Внутри еврозоны им не нужно обменивать валюту, что позволяет сэкономить связанные с валютным обменом затраты. Кроме того, они легко могут сравнить цены в своей стране и стране, в которую отправляются.

Евро представляет собой важный элемент союза европейских государств, провозглашает их сотрудничество и является ярким символом европейской идентичности. Единая валюта должна была внести вклад в консолидацию Европейского Союза и в перспективе — в создание «политического союза».

Еще одно преимущество евро состоит в том, что введение единой европейской валюты привело к усилению роли Европейского Союза в мировой экономике. Единая валюта делает еврозону привлекательной для иностранного бизнеса и инвестиций.

Большой масштаб и тщательный экономический контроль в еврозоне способствуют ее экономической стабильности и делают ее более устойчивой в отношении внешних конъюнктурных шоков, то есть внезапных экономических изменений, которые могут произойти вне еврозоны и навредить национальным экономикам, например, мировое повышение цен на нефть или резкие скачки на глобальных валютных рынках. Благодаря размеру и мощности еврозоны эти внешние шоки могут легче абсорбироваться, не приводя к потере рабочих мест и не препятствуя экономическому росту.

Многие из названных преимуществ евро связаны друг с другом. Экономическая стабильность, например, позитивно влияет на национальную экономику государства, так как дает правительству возможность объективно составлять финансовые планы на будущее. Предприятия также получают выгоду от этого, ведь в этой благоприятной среде у них есть стимул для инвестирования. Это выгодно и для граждан, которые получают больше рабочих мест лучшего качества.

Помимо названных преимуществ, евро имеет и существенные недостатки. Изначально одним из аргументов против евро было подорожание некоторых продуктов, особенно продуктов и услуг повседневного потребления, которое многие потребители ощутили в начале 2002 г. По данным Федерального статистического ведомства Германии цены на продукты этой категории выросли за первый квартал 2002 г. на 4,8%. Однако эксперты утверждают, что в дальнейшем цены на них не повышались, а в конце года даже снизились.

Самым веским аргументом против единой европейской валюты с самого начала было то, что экономики стран еврозоны слишком разные для единой валюты, что отражается в их продуктивности, конкурентоспособности и доходности. И действительно, проведение единой денежно-кредитной политики в гетерогенной экономической зоне оказалось сложной задачей. Европейский центральный банк с 1999 г. уполномочен за устанавливать процентные ставки, которые являются одинаковыми для всех государств-членов еврозоны. Следствием такой политики является большой разрыв в показателях экономического роста разных государств: в то время как в Ирландии показатель экономического роста составлял 5%, в странах Пиренейского полуострова он был близок к нулю. Эти региональные различия не соответствуют принципам единой денежной политики еврозоны.

Большой проблемой для национальных экономик при введении евро стало установление обменных курсов национальных валют. Некоторые валюты оказались недооцененными, другие — переоцененными, что усилило экономический дисбаланс в еврозоне. Недостатки единой европейской валюты ярче всего проявились во время мирового экономического кризиса. Польша, которая до сих пор не ввела евро, была единственной страной Евросоюза, которая во время Великой рецессии 2009 года имела положительные показатели экономического роста, в то время как конъюнктура на континенте рушилась.

Эта ситуация связана с тем, что вхождение в еврозону означает отказ для государств-участников от права автономного проведения денежно-обменной политики. Этот отказ приводит к двум негативным последствиям: во-первых, единая валюта лишает государства возможности нивелировать асимметричные макроэкономические шоки посредством денежной политики. Если эти макроэкономические шоки касаются только некоторых государств еврозоны, применение необходимых экономических мер лишь в отношении этих стран является невозможным. Во-вторых, государства лишены возможности улучшить свою конкурентоспособность с помощью конкурентной девальвации валюты.

Сегодня еще существуют государства Евросоюза, которые не стали членами еврозоны. К ним относятся Болгария, Венгрия, Польша, Румыния, Хорватия, Швеция, Чехия. В настоящий момент лишь самые небогатые из них, Болгария и Хорватия, заинтересованы во введении евро. Они надеются на получение экономической выгоды и поддержки государств еврозоны, но при этом не соответствуют критериям конвергенции для вступления в нее.

В противоположность этим государствам Польша по экономическим показателям готова к вступлению в еврозону, однако польское правительство выразило нежелание отказываться от национальной валюты злотого, которую считает более выгодной для государства, чем евро. Председатель правящей партии Польши Ярослав Качиньский объяснил отказ от вхождения в зону евро тем, что «валюта евро хороша для стран, которые сильны» [2]. Он заявил, что Польша лишь тогда войдет в еврозону, когда достигнет уровня экономического развития, близкого к показателям Германии.

И действительно: еврозона состоит из 19 различных экономик. Одни из них меньше, другие крупнее, одни более продуктивные, другие — менее. Некоторые банковские сектора имеют сильное влияние, другие — малозначительны. Непросто установить единые процентные ставки для всех государств, ведь процентная ставка Европейского банка может оказаться слишком высокой для Италии и в то же время слишком низкой для Германии или Нидерландов. Такая страна как Нидерланды способна в случае необходимости оказать помощь своим банкам, в то время как Греции или Португалии необходима другая концепция.

На сегодняшний день очевидно, что евро изначально в большей степени вводился на идеологической основе, а фискально-политические аспекты не были учтены в достаточной мере. У Греции, страны со слабо развитым экспортом, а также стран с высоким показателем внешнего долга Испании и Франции возникли серьезные проблемы с единой европейской валютой. Гарантировать стабильность евро для них является сложной задачей.

Литература:

1. Mankiw, Nicholas Gregory / Taylor, Mark P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2012.
2. n-tv.de: Polen lehnt den Euro vorerst ab [Электронный ресурс] — 2019. Режим доступа: <https://www.n-tv.de/politik/Polen-lehnt-den-Euro-vor-erst-ab-article20967102.html>. — (Дата обращения: 15.06.2020).

ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ

Value-at-risk (VaR) method in insurance industry

Sagidolla Bizhigit Meirambayuly, master, teacher;
Taizhan Gulbanu, student;

Batyrbekova Dinara, student;
Kilaken Aidana, student
Suleyman Demirel University (Kaskelen, Kazakhstan)

This article contains the significance of market risk in the insurance industry and the necessity of risk management in this area. Our goal is to improve the methods which are established by insurance supervision using the integrated Value-at-Risk (VaR) model as a new tool for evaluating the market risks of insurance companies in Kazakhstan. Based on mathematical statistics the calculations of various VaR approaches were studied in detail, and provided a comparative analysis of VaR methods and suggestions for some types of companies by these particular approaches.

One of the disadvantages of risk management in insurance area in Kazakhstan is the lack of the optimized methods of controlling risks as well as actions to minimize risk factors and the extent of possible damage. Incompleteness of historical data of insurance companies is the main drawback of non-usage of estimation methods for evaluating risks. Therefore, the models are based on a huge number of assumptions, which does not reduce the risks of the insurance sector.

The insurance industry includes many types of risks: risks associated with insurance activities; investment risk: credit risk, liquidity risk, market risk; operational risk and other associated risks.

The International Association of Insurance Supervisors (IAIS) assessed the exposure of insurance companies to the following risks in Figure 1. It is seen that insurance companies have greater exposure to market risks that are the risks of losses due to unforeseen changes in prices in the market.

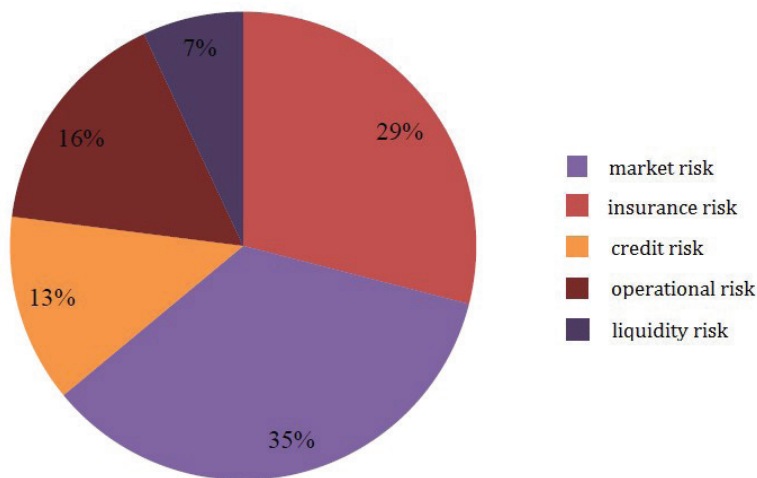


Fig. 1. Statistics of IAIS for 2018 year

Market risk happens as the result of unpredictable turn of events such as fluctuations in the prices of traded assets, exchanging rates and commodities which bring to a change in the value of financial instruments. For insurance companies as well as for others, it is crucial to be prepared for all changes that may happen suddenly and correctly identify the market risk.

Stress testing procedures allows to estimate the maximum expected losses for probable events that do not directly fit into current economic trends and therefore are poorly predictable. We suggest considering internal VaR models as a necessary complement to the use of stress testing to calculate market risk, without denying the power of stress testing in assessing other types of risks.

Value-at Risk (VaR). The definition of VaR is «The worst potential loss over a given horizon of time with a level of target probability».

The value of VaR is a function of two parameters: the confidence level β (or significance level $1-\beta$) and the risk horizon, denoted t , which is the period of time.

The mathematical definition of VaR can be defined as a quantile of a return distribution function over a given time horizon Δt . If we consider a target probability of 99 %, the value at risk will be the point VaR_{β} , which satisfies the following:

$$L = -\Delta C = C(S, t) - C(S + \Delta S, t + \Delta t) \quad (1)$$

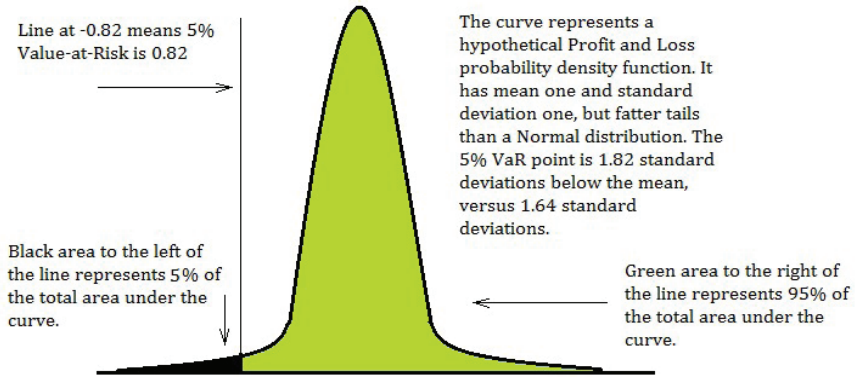


Fig. 2. Graphical representation of VaR

where, Δt — time horizon of risk measurement;

S — vector of m market prices;

ΔS — change in market prices over given time horizon;

$C(S, t)$ — portfolio value at time t and market prices S ;

L — loss over given time horizon Δt .

$$1 - F_L(VaR_\beta) = P(L > VaR_\beta) = \beta \tag{2}$$

with $\beta = 0.99$. So, by simple mathematical calculation, VaR_β is:

$$VaR_\beta = \mu_L + \sigma_L Q_{1-\beta} \tag{3}$$

where, μ_L – expected value of the portfolio for Δt ;

σ_L – standard deviation of the portfolio;

Q — standard random variable.

There exist three approaches of VaR: Historical Simulation; Delta Normal method and Monte Carlo Simulation.

Historical Simulation. In historical modeling, data is taken from the values of financial fluctuations for the portfolio that are already known from the past measurements. Assuming that the next day behavior of portfolio will act approximately in the same as on one of the previous days. Thus, we get 100 outcomes for the next day. Further, we assume that the random variable is distributed normally hence, the

result is that VaR is one of the percentiles of the normal distribution. Depending on what confidence level of risk we have taken, we choose the appropriate percentile and, finally, we get the value that interests us. Return of the portfolio for $t+1$ is following:

$$P_{t+1} = \sum_{i=1}^n \xi_i \sigma_{i,t+1} \quad (4)$$

where, ξ_i — a weight of the i -th asset;

σ_i — an individual variance of i -th asset.

Forecasting of future returns are based on m daily returns, which have today's portfolio weights. So, the above (4) formula can be rewritten in the following form:

$$\{P_{t+1}\}_{\tau=1}^m = \left\{ \sum_{i=1}^n \xi_i \sigma_{i,t+1} \right\}_{\tau=1}^m \quad (5)$$

This method assumes that the distribution of the future returns P_{t+1} are approximately distributed empirically $\{P_{t+1}\}_{\tau=1}^m$ of m observations. The P_{t+1} will be taken from the histogram of $\{P_{t+1}\}_{\tau=1}^m$. Thus, the value of VaR will be a coverage rate, Q , which is a quantile of the distribution of past portfolio's returns then it is possible to write as:

$$VaR_{t+1} = -\text{Percentile}\left\{\{P_{t+1}\}_{\tau=1}^m, 100Q\right\} \quad (6)$$

Delta Normal Method. The delta-normal method uses the assumption of a multidimensional normal distribution of returns of market risk factors on which the cost of more complex tools, positions and assets in whole depends. In the normal distribution of returns of risk factors, the distribution of returns of instruments assets, which are a linear combination of risk factor returns, also has normal distribution.

It used the same algorithm as Historical Simulation and it is enough to find parameters as μ_i and σ_p . In order to calculate the standard deviation of the value of the entire asset σ_p , firstly define σ_i as a daily volatility of return of i -th tool and ρ_{ij} as the coefficient of correlation between returns of different tools:

$$\sigma_p^2 = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n \rho_{ij} \xi_i \xi_j \sigma_i \sigma_j \quad (7)$$

$$\sigma_p^2 = \sum_{i=1}^n \xi_i^2 \sigma_i^2 + 2 \sum_{i=1}^n \sum_{j<i}^n \rho_{ij} \xi_i \xi_j \sigma_i \sigma_j = EME^T \tag{8}$$

where, E — $N \times 1$ asset weight vector;

M — $N \times N$ covariance matrix of returns of risk factors;

$\sigma_{ij} = \rho_{ij} \xi_i \xi_j \sigma_i \sigma_j$ — a correlation coefficient.

The VaR of the portfolio with the time horizon and the confidence level β is:

$$VaR_\beta = \mu + Q_{1-\beta} C \sigma_p = \sum_{i=1}^n \xi_i \mu_i + Q_{1-\beta} C \sqrt{\sum_{i=1}^n \xi_i^2 \sigma_i^2 + 2 \sum_{i=1}^n \sum_{j<i}^n \rho_{ij} \xi_i \xi_j \sigma_i \sigma_j} \tag{9}$$

$$VaR_\beta = \sum_{i=1}^n \xi_i \mu_i + Q_{1-\beta} C \sqrt{EME^T} \tag{10}$$

Monte Carlo Simulation. The Monte Carlo simulation involves large number of trials. As a result of these tests, a distribution of possible financial results will be obtained. Monte Carlo VaR estimation is almost always done using software these models may not have formulas, but rather complex programs. So, the Monte Carlo method allows the use of models of virtually any complexity in calculating risks.

Using random number generators, which are standard in most quantitative software packages, we can generate a set of artificial random numbers $z_{i,j}; i=1,2,\dots,MC; j=1,2,\dots,N$ drawn from the standard normal distribution, $N(0,1)$. N denotes the future number of days, which could be, for example, 100. MC number of draws, for example, 1000.

From random numbers set of returns can be calculated for tomorrow as:

$$P_{i,t+1} = \mu + \sigma z_{i,1}$$

So, its model is:

$$\left(\begin{array}{cccc} z_{1,1} \rightarrow P_{1,t+1} & z_{1,2} \rightarrow P_{1,t+2} & \dots & z_{1,N} \rightarrow P_{1,t+N} \\ z_{2,1} \rightarrow P_{2,t+1} & z_{2,2} \rightarrow P_{2,t+2} & \dots & z_{2,N} \rightarrow P_{2,t+N} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ z_{MC,1} \rightarrow P_{MC,t+1} & z_{MC,2} \rightarrow P_{MC,t+2} & \dots & z_{MC,N} \rightarrow P_{MC,t+N} \end{array} \right)$$

From these hypothetical future daily returns, we can easily calculate the hypothetical N -day return from each Monte Carlo path as:

$$P_{i,t+1:t+N} = \sum_{k=1}^N P_{i,t+k}; i=1,2,\dots,MC \tag{11}$$

$$VaR_{t+1T+N}^P = -\text{Percentile}\left\{\left\{P_{i,t+1T+N}\right\}_{i=1}^{MC}, 100p\right\} \quad (12)$$

Table 1

Comparative table of three methods by different characteristics

The criteria	Approaches		
	Historical Simulation	Delta-Normal method	Monte-Carlo Simulation
Valuation type	Full	Linear	Full
Applicability to nonlinear tools	Yes	No	Yes
Accounting of historical distribution	Using exact data	Assuming the distribution as normal	Using the distribution to define some parameters as μ and σ
Assumption about the normal distributed of returns	No	Yes	No
The volume of historical data	Large	Middle	Small
The level of complexity of the computation	Middle	Easy	Small

The result of the survey which is hold in the Britain's Financial Services Authority in 2018 showed that in Britain's banks, Delta-normal method is applied by 42%, Historical Simulation is used by 31% and eventually, Monte Carlo Simulation is provided by 23%. Overall, there are some suggestions:

- 1) If company has enough retrospective data it's better to use Historical Simulation (m is between 250 and 1000).
- 2) If company is prosperous and big enough, then Monte Carlo simulation copes with complexity and cost of this method.
- 3) If the company is small with low liquidity capital, then we suggest Delta Normal method.

References:

1. Carol Alexander. Market Risk Analysis Vol. IV. Value-At-Risk Models. John Wiley Sons Ltd., 2008.
2. I. I. Drobyshev. Var models in estimation of market risk. March 10, 2015.

3. I. V. Dyomkin. Estimation of integrated innovative risk, based on methodology value at risk. 3(10):362–378, 2006.
4. Schweser Kaplan. FRM Exam Prep Valuation and Risk Models. Kaplan, Inc., 2018.
5. Rajesh Kondapaneni. A study of the delta normal method of measuring var. May 5, 2005.
6. K. Mynbayev. Value at risk and its calculation for a normal distribution. <https://raisingthebar.nl>.
7. Ministry of Justice of the Republic of Kazakhstan. On approval of the rules for the formation of the risk management and internal control system for insurance (reinsurance) organizations. <http://adilet.zan.kz/eng/docs/V1800017462>.
8. Christoffersen Peter. Elements of Financial Risk Management. Academic Press, 2003.
9. Grebenik V. V. Redkina A. A. Features of risk management in insurance companies. InSoft computing in artificial intelligence, page 3(10). The Eurasian Scientific Journal, 2018.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ

Исследование стратегии цифрового маркетинга компании Huawei

Фу Кайин, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный университет

Цифровые технологии сегодня — это неотъемлемая часть жизни любого человека, любой отрасли, любого государства. Компании по производству и реализации цифровых и информационных технологий предоставляют огромный ассортимент товаров и услуг. Одним из успешно функционирующих предприятий в данной отрасли является компания «Huawei».

Стратегия цифрового маркетинга компании «Huawei» является сегодня наиболее перспективной и эффективной, о чем свидетельствует признание потребителей во всем мире, стабильные и высокие доходы, лидирующие позиции на рынке. Она является всеохватывающей, то есть, строится и на сотрудниках, и на сотрудничестве, и на инновациях. И именно данный подход — это залог успеха компании.

Ключевые слова: Huawei, цифровые технологии, технологии, инновации, сотрудничество, интеллектуальные устройства, серверы, телекоммуникационные сети.

Сегодня достаточно ярким примером успешно выстроенной стратегии цифрового маркетинга является компания «Huawei». Ее опыт мог бы послужить хорошим примером для многих организаций, осуществляющих производство и реализацию цифровой техники. На основании этого тема статьи «Исследование стратегии цифрового маркетинга компании »Huawei» является актуальной и требует глубокого и многогранного анализа.

Основной целью написания статьи является исследование цифрового маркетинга компании «Huawei».

Для ее достижения необходимо проанализировать стратегию цифрового маркетинга компании, что и является основной задачей.

Объектом исследования выступает компания «Huawei».

Предметом исследования является стратегия цифрового маркетинга компании «Huawei».

Анализ стратегии цифрового маркетинга компании «Huawei»

На сегодняшний день 1/3 населения планеты — это потребители инновационной продукции компании «Huawei». Ее решения и сервисы распространены в более чем в 170 странах мира.

Стоит отметить, что доход компании от продаж в пользовательском сегменте в 2019 году составил 220,8 млрд юаней. Поставки смартфонов достигли 118 млн устройств, что на 24% превысило аналогичные показатели за 2018 год.

В 2019 году компания «Huawei» поднялась на еще одну строчку в рейтинге BrandZ «Топ-100 самых дорогих брендов мира» и заняла 47 место. Стоимость бренда выросла на 8%. [3]

Все это обусловлено тем, что сегодня компания ведет грамотную и правильно выстроенную стратегию цифрового маркетинга. Основа ее заключается в следующем:

- компанией активно применяются экосистемы в разработке и создании устройств;
- компания постоянно совершенствует и видоизменяет свою продукцию в соответствии с инновациями и модой; [4]
- компания применяет комплекс выгодных условий для таких категорий, как операторы, предприятия и конечные пользователи;
- компания предоставляет своим потребителям ряд конкурентоспособных решений и услуг;
- для корпоративных клиентов компания создает комплекс гибких сетей, которые повышают эффективность операций и способствуют динамичному внедрению инноваций;
- линейка «умных» устройств и смартфонов «Huawei» обладает улучшенным качеством интеграции цифровых технологий;
- компанией поддерживается ряд таких принципов, как открытость, сотрудничество и совместное достижение успеха;
- компанией постоянно вносятся предложения по стандартизации, что способствует более эффективному сотрудничеству в отрасли. [2]

Также стоит отметить, что в рамках стратегии цифрового маркетинга компания делает особый акцент на следующих моментах:

- стимулирует экономический рост. Это заключается в увеличении налоговых поступлений, появлении новых рабочих мест, стимулировании формирования цепочки создания стоимости в ИКТ, трансформации экономики, что проявляется в выведении на рынок инновационных ИКТ-решений.

- вносит вклад в устойчивое развитие. Это касается вопроса преодоления цифрового неравенства, помощи в достижении успехов нового поколения ИКТ-специалистов с помощью программы Seeds for the Future. Ярким примером здесь может выступать «Партнерская конференция Huawei 2020», прошедшая 3 марта 2020 в г. Москва. Вице-президент компании Сяо Хайцзюнь представил стратегию создания «Сообщества для единого цифрового будущего в России». Программа реализации стратегии имеет название TIGER, включая такие элементы как Technology, Industry, Growth, Ecosystem, Reliability.

- заботится о целеустремленных сотрудниках. Здесь речь идет о предоставлении широких возможностей для карьерного роста персонала, наличие глобальной платформы профессионального развития. [1]

Комплекс представленных выше мероприятий является основой стратегии цифрового маркетинга компании «Huawei». Однако стоит отметить, что данный комплекс постоянно совершенствуется, видоизменяется, расширяется на основании прогресса в сфере информационных и цифровых технологий.

Выводы. На основании проведенного исследования можно сделать выводы о том, что сегодня компания «Huawei» является достаточно эффективно функционирующей компанией. Основа ее успеха лежит в эффективной стратегии цифрового маркетинга. Основными моментами стратегии выступают:

- экологичность устройств;
- высокоэффективные и высококачественные товары и услуги;
- постоянное взаимодействие с потребителями, заказчиками, партнерами, государственными структурами и т.д.;
- внесение вклада в развитие отрасли;
- забота о персонале;
- участие в мероприятиях, проводимых в данной отрасли и т.д.

Для многих современных компаний, функционирующих в сфере цифровых технологий, стратегия цифрового маркетинга компании «Huawei» — это отличный пример, у которого можно научиться правильному и эффективному ведению бизнеса.

Литература:

1. Интернет-портал [Электронный ресурс]: URL: <https://e.huawei.com/ru/about/huawei-enterprise> (дата обращения: 01.04.2020)
2. Интернет-портал [Электронный ресурс]: URL: <https://www.huawei.com/ru/about-huawei/corporate-governance/corporate-governance> (дата обращения: 01.04.2020)
3. Интернет-портал [Электронный ресурс]: URL: <https://consumer.huawei.com/ru/about-us/> (дата обращения: 01.04.2020)
4. Интернет-портал [Электронный ресурс]: URL: <https://www.huawei.com/ru/> (дата обращения: 01.04.2020)

ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Тенденции развития проектного управления за рубежом

Варназов Лев Александрович, соискатель степени DBA
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Прези-
денте Российской Федерации (г. Москва)

В силу своей привлекательности и удобства как для инвесторов, так и для предпринимателей, инвестпроекты имели широкое распространение во всем мире: из Соединенных Штатов Америки в Европу, а потом и в другие страны. Позднее хозяйствующие субъекты начали использовать бизнес-проекты в качестве реального инструмента планирования для функционирования и развития их деятельности.

С переходом к рыночной экономике российские инвесторы и кредиторы стали требовать от предпринимателей бизнес-проект. Примечательно то, что поначалу они разрабатывались с целью получения инвестиций, однако сегодня их используют как эффективный инструмент целеполагания и планирования.

На сегодняшний день управление проектами является признанной во всем мире профессиональной дисциплиной, где методология и средства управления проектами широко используются во всех сферах целенаправленной и проектно-ориентированной деятельности [1].

Говоря о международном опыте, необходимо отметить, что в ходе постепенного развития системы управления проектами в конечном итоге были созданы собственные унифицированные механизмы, методологии, инструментарии и стандарты.

В отчёте PMI HQ «Pulse of the Profession» за 2018 год приведены результаты опроса более 4 500 руководителей проектов, 440 топ менеджеров и 800 сотрудников проектных Офисов из США, Европы и Азии и отмечены три главные тенденции развития проектного управления в мире:

- развитие активного вовлечения в проекты спонсоров — топ менеджеров (investing in actively engaged executive sponsors);
- контроль границ содержания проектов (controlling project scope);
- рост ценности результатов проектов (growing value delivery capabilities). [5]

Поддержка спонсоров — топ менеджеров помогает повышать успешность проектов и снижать риски компании. Основная задача спонсора — оказание проекту поддержки в случае возникновения проблем, с которыми руководитель проекта не может справиться. В этом случае руководитель проекта эскалирует проблему спонсору с просьбой оказать поддержку в решении проблемы. Важным моментом является то, чтобы спонсор был именно топ менеджером, в ином случае проект оказывается без поддержки, а значит в проекте возникает риск-слабый спонсор.

В мире существуют программы для целенаправленной подготовки эффективных спонсоров — топ менеджеров компаний. К примеру, в Oxford Business School создана программа Major Projects Leadership Academy. В России подобные задачи решаются в программах MBA. Данные программы позволяют организациям стремиться к созданию и развитию культуры эффективных взаимодействий руководителя проекта и спонсоров — топ менеджеров, разрабатывать Дорожные Карты подготовки спонсоров — топ менеджеров.

Следующая тенденция — это контроль границ содержания проектов. Из-неконтролируемого изменения содержания проектов и содержания продуктов, а также без проведения оценок влияния этих изменений на сроки, стоимость и ресурсы проекта происходит эффект «сползания границ» содержания проектов, что является основной причиной проблем и провалов многих проектов.

Исходя из отчета PMI HQ «Pulse of the profession» за 2018 год эффект «сползания границ» содержания наблюдался в 57% проектов по сравнению с 43% проектов 5 лет назад (Рисунок 1). Это происходит из-за возрастающей сложности содержания комплексных технологических проектов. Также причинами являются изменение стратегических целей и приоритетов компании и, вследствие этого-целей проектов.

Контроль границ содержания проектов помогает решить данную проблему с помощью следующих действий:

- отказ от детального планирования содержания проекта на его ранних стадиях, с последующим постоянным обследованием и уточнением содержания проекта;
- непрерывное уточнение быстро меняющихся требований к содержанию проекта;

– частые, короткие и быстрые коммуникации между членами команды и другими заинтересованными лицами.

Возникает необходимость обеспечения максимального расположения членов команды для проведения частых очных совещаний. Непосредственные горизонтальные регулярные взаимодействия между ключевыми лицами (заказчиками, спонсорами) замещают вертикальную подчиненность и отчетность между уровнями управления и руководства.

Максимизация итогового результата проекта обеспечивается детализацией требований и ожиданий заказчика проекта и конечных пользователей продуктов; сокращением времени анализа данных обратной связи; мониторингом прогресса в достижении результатов проекта.

Все чаще в проектном управлении используется Agile-подход. Данный термин является собирательным и включает в себя сразу несколько принципов и методов:

- фокус команды специалистов на нуждах и целях клиентов компании;
- упрощение процессов в организационной структуре;
- деление рабочего процесса на короткие циклы с конкретными задачами;
- акцент на обратной связи и активном использовании ее результатов;
- повышение полномочий членов рабочей команды;
- внедрение гуманистического подхода в философию компании.

Чтобы agile-подход был реализован максимально эффективно, каждый сотрудник компании должен понимать концепцию проекта и портрет целевой аудитории, это обеспечит команде единое видение, глубинное понимание каждым членом команды не только своей задачи, но и ее роли в общей стратегии. [8]

Таким образом, мировой опыт управления проектами диктует нам тенденции максимального вовлечения участников проекта в деятельность, рост задействованных профессионалов в управлении проектах, а также развитие гибкого и стратегического мышления как руководителей, так и других участников команды проектной деятельности.

Концепция управления проектом — это, по сути, набор руководящих принципов и процессов для управления проектом. Выбор той или иной концепции определяет структуру и взаимосвязи в проекте.

Условно концепции проектного управления можно разделить на классический и гибкий (Agile) подходы управления проектами.

Традиционное управление проектами сталкивается с проблемами бюджета и сроков. В то время как традиционная система фокусируется на пред-

варительном планировании, где важны такие факторы, как стоимость, объем и время, гибкое управление отдает приоритет командной работе, работе с клиентами и гибкости.

Agile отвергает эти традиционные методологии управления проектами как обременительные, ограничивающие и непригодные для новой эры скорости. Гибкое управление проектами является итеративным и направлено на постоянное включение отзывов пользователей и постоянных выпусков в каждую итерацию проекта разработки программного обеспечения, как показано на рисунке выше. Каждая задача — это продукт, который вы продаете заинтересованным сторонам. Командные и рабочие структуры предназначены для создания вещей, которые непосредственно полезны для клиента или клиента.

Опыт проектного управления предлагает нам несколько разработанных методологий систематизирующих знания международных и корпоративных стандартов (рисунок 1).

	Классические методы УП				Гибкие методы УП	
	 PMBok	 ГОСТ ИСО 21500	 ГОСТ «требования к УП»	 Prince2	 SCRUM	 Kanban
Год создания	1996 (1984)	2012	2011	1993	1995	2007
Источник	PMI	ISO	ГОСТ	Axelos	К. Швабер/ Дж. Сазерленд	Дэвид Андерсон
Версия	6	1	1	4	2	1
Объем первоисточника	600	100	10	500	20	335 / 95

Источник: Андрей Малахов, PMLogic

Рис. 1. История и общая информация

Методологии классического подхода — PMBOK, ГОСТ ИСО, ГОСТ «требования к УП» и PRINCE2. Эти стандарты определяют различные этапы планирования проекта от начала до конца и предполагают, что у вас уже есть все требования и информация по проекту.

Методологии, представляющие гибкий подход — SCRUM и Kanban.

Безусловно, концепций управления проектами без недостатков не существует, как нет систем, идеально подходящих любому руководителю и членам его коллектива. Поэтому был разработан новый подход — гибридный метод управления проектами, который совмещает в себе признаки как классического, так и гибкого подхода.

Смысл гибридного подхода к управлению проектами заключается в выборе наиболее подходящей методологии для каждого этапа проекта. Например, вы можете планировать и определять требования с помощью классического подхода, а также проектировать, разрабатывать и тестировать с помощью Agile.

Гибридный подход лучше всего подходит для крупных и сложных проектов в которых необходимо:

- Часто поставлять новые модификации продукта
- Адаптация к непрозрачным и незадокументированным требованиям
- Выполнить проект в срок
- Учитывать нежелание заказчика глубоко вовлекаться в проект

Безусловно каждый подход имеет свои преимущества и недостатки. Какую методология вы выберете, будет зависеть от вашей команды, типа проекта и масштаба проекта. Выбор методологий управления проектами — это одно из первых решений, которое необходимо принять руководителю проекта. Это будет иметь глубокое и постоянное влияние на дальнейшую судьбу всего проекта.

Не смотря на количество существующих концепций проектного управления найти подходящую непросто. Чтобы выбрать из разработанных методологий ту, которая наиболее соответствует особенностям проекта и ориентирована на достижение его целей, важно определить основополагающий критерий, изменения которого оказывает наибольшее влияние на весь проект.

Ключевая проблема менеджмента проектов в сфере медиа обусловлена не столько наличием особых обстоятельств их реализации, сколько необходимостью всестороннего учета и сопоставления различных видов проектных рисков и неопределенностей.

Известно, что результатом IT-проекта является уникальный спектр продуктов и услуг. Степень уникальности результата проекта характеризует показатель его новизны. Проектная деятельность в IT-пространстве — процесс постоянного творчества. Специфика творческой деятельности связана с низким уровнем универсальности с точки зрения как способа работы, так и желаемых

мого результата. Решение нестандартных задач не укладывается в выверенные схемы, поскольку ценность творчества следует видеть в новизне продукта, предвидеть или предугадать которую невозможно.

Высокая неопределенность факторов, которые обуславливают успешную реализацию IT-проекта, актуализируют задачу применения прикладного инструментария менеджмента, позволяющего создать предложение с учетом отличающегося непостоянством спроса на IT-рынках и потребностей аудитории в разнообразных IT-продуктах.

Чтобы понять какой подход проектного управления использовать для реализации проектов используем «Матрицу неопределенности Стейси» (рисунок 2). Она предлагает метод выбора подходящих управленческих действий в сложной адаптивной системе на основе степени определенности и уровня согласия по рассматриваемому вопросу.

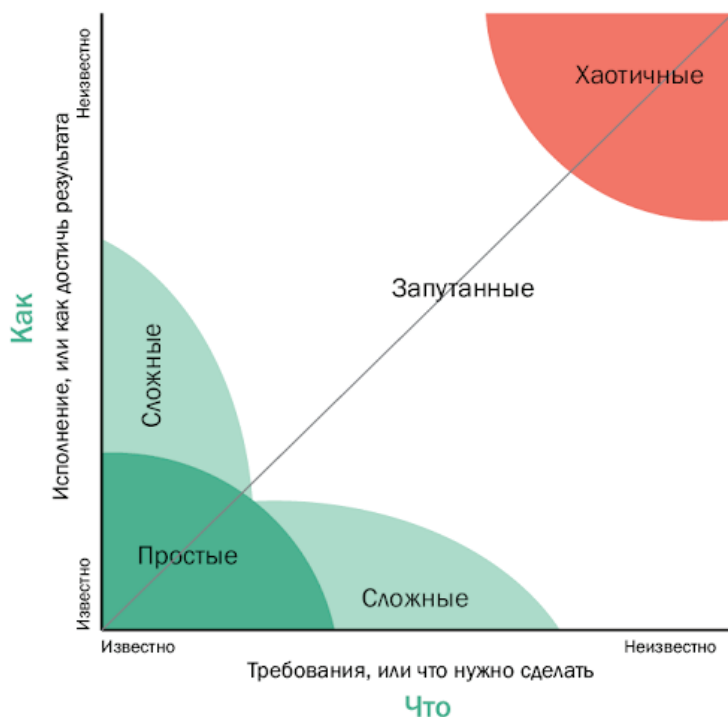


Рис. 2. Матрица неопределенности Стейси [4]

В этой модели есть два измерения:

Неопределенность требований: это указывает на то, насколько определенные (или неопределенные) ваши требования и насколько вероятно, что требования изменятся в будущем. В основном это измерение говорит об уровне неопределенности того, ЧТО вы должны сделать или построить.

Неопределенность исполнения: показывает, насколько не определен подход или технология для завершения задачи. Поэтому он указывает на уровень неопределенности того, КАК вы строите проект.

В методологии проектного менеджмента говорится, что для успешной реализации IT-проекта (т.е. проекта с высокой степенью неопределенности по требованиям и исполнению) нужно задать рамки, в которых будут отслеживаться варианты принимаемых управленческих решений и определяться уровень неопределенности проекта.

Критериями для оценки эффективности деятельности по реализации IT-проекта являются «люди» и «обстоятельства». Все остальные факторы рассматриваются как производные от них.

К первому типу относятся факторы, соблюдение которых способствует повышению конструктивности работы руководителя проекта и его команды в тандеме. Принимая во внимание данный аспект, необходимо учитывать, что успешность проекта напрямую зависит от качественного человеческого взаимодействия, охватывающего все уровни «проектной семьи».

Ко второму типу факторов, которые следует назвать в качестве успеховобразующих в сфере проектного управления, следует отнести общую обстановку или сложившиеся условия работы над проектом на каждом из его этапов. Разумеется, если не рассматривать действие предлагаемых обстоятельств как проявление стихийной силы, то такое построение факторов первого и второго типа в один ряд можно считать вполне оправданным.

Успешная реализации IT-проекта также в большой степени зависит от выбранной технологии планирования т.е. способа поиска средств для достижения целей проекта и снижения возможных рисков.

Литература:

1. Полковников А. Что такое модели зрелости управления проектами? URL: http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/339973/?phrase_id=361071
2. Томсетт Р. Экстремальное управление проектами. М.: Лори, 2013.

3. Цветков А. В. Управление проектами. Справочник для профессионалов / под ред. А. В. Цветкова, В. Д. Шапиро. М.: Омега-Л, 2010.
4. Management 3.0: Leading Agile Developers, Developing Agile Leaders (Addison-Wesley Signature Series (Cohn))

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Развитие экономики Российской Федерации путем обеспечения конкурентоспособности на электронных торговых площадках

Аристов Анатолий Викторович, студент магистратуры
Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина –
филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации (г. Саратов)

Аристов Юрий Иванович, преподаватель
Тольяттинский электротехнический техникум

В статье рассматриваются вопросы создания и обеспечения конкурентоспособности на электронных торговых площадках Российской Федерации, создания благоприятных условий для принятия участия контрагентов в электронных процедурах на электронных торговых площадках, что позволяет повысить эффективность проведения тендеров конкурентным способом, достичь повышения экономии бюджетных средств и оптимизировать с целью снижения бюджетные расходы заказчиков.

Ключевые слова: электронная торговая площадка, конкурентоспособность, экономия бюджетных средств, оптимизация бюджетных расходов.

Development of the economy of the Russian Federation by ensuring competitiveness on electronic trading platforms

Aristov Anatoly Viktorovich, graduate student
Povolzhsky institute of management named after R.A. Stolypin

Aristov Yury Ivanovich, teacher
Tolyatti Electrotechnical College, Tolyatti

The article deals with the issues of creating and ensuring competitiveness on electronic trading platforms of the Russian Federation, creating favorable conditions for

the participation of contractors in electronic procedures on electronic trading platforms, this will improve the efficiency of tenders in a competitive manner, achieve increased budget savings and optimize the reduction of budget expenditures of customers.

Keywords: *electronic trading platform, competitiveness, budget savings, optimization of budget expenditures.*

Заказчики бюджетных учреждений на территории Российской Федерации осуществляют закупки товаров, работ и услуг, в соответствии с законодательством Российской Федерации, законодательством о контрактной системе [№№ 1, 2], с использованием и применением электронных торговых систем, утвержденных Правительством Российской Федерации [№ 5].

Электронная торговая площадка является программно-аппаратным комплексом технических, информационных и организационных решений, обеспечивающих взаимодействие контрагентов и заказчиков через электронные каналы связи. На электронных торговых площадках проводятся конкурентные способы определения контрагентов в электронной форме.

Выделяют следующих операторов электронных торговых площадок: ЗАО «Сбербанк-АСТ» АО «РАД»; АО «ЕЭТП»; АО «Агентство по государственному заказу Республики Татарстан»; АО «ЭТС»; АО «ТЭК-Торг»; ООО «ЭТП ГПБ»; ООО «РТС-тендер»; ООО «АСТ государственного оборонного заказа».

Деятельность электронных торговых площадок объединяет в едином информационном и электронном торговом пространстве контрагентов и заказчиков разнообразных товаров, работ и услуг, предоставляет участникам комплекс электронных процедур, необходимого электронного сервиса, повышающего эффективность бизнеса для контрагентов, оптимизацию бюджетных расходов для заказчиков [№ 7, № 1–2 (12–13)].

Многие контрагенты уже зарегистрированы на электронных торговых площадках и принимают активное участие в электронных тендерах. Но имеются и контрагенты, считающие участие на электронных торговых площадках не эффективным и затратным, соответственно они не видят необходимости регистрироваться на электронных торговых площадках. На основании этого следует полагать, что конкурентоспособность в данной ситуации снижается, а бюджетные расходы заказчиков менее эффективно оптимизируются. Причиной такого развития событий могут быть плата по тарифам, утвержденным операторами электронных торговых площадок при проведении электронных процедур закупок.

Рассмотрим варианты размера платы при проведении электронных процедур закупок [№ 6]:

- 1% начальной (максимальной) цены контракта (далее — НМЦК), но не более чем 4500,00 рублей, без учета НДС;
- 1% НМЦК, но не более чем 1800,00 рублей, при участии только субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций;
- 1% НМЦК, но не более чем 4500,00 рублей, без учета НДС, при проведении электронной процедуры с начальной (максимальной) ценой контракта (договора) свыше 100000,00 рублей при участии только субъектов малого и среднего предпринимательства.

Размер платы также взимается с контрагента, с которым заключается контракт (договор) по результатам проведения электронной процедуры закупки и по результатам определения контрагента победителем [№ 6]. Согласно постановлению Российской Федерации утверждены следующие условия предельного размера платы с контрагента, с которым заключается контракт (договор) по результатам проведения электронной процедуры закупок [№ 3]:

- 1% НМЦК, но не более чем 5000,00 рублей, без учета НДС;
- не более 1% НМЦК, но не более чем 2000,00 рублей, при участии только субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций [№ 3].

На практике, при заключении контракта (договора) бывают случаи, что с контрагентом сразу расторгается контракт (договор) в результате наступившего у заказчика отсутствия необходимости, в получении предусмотренного контрактом (договором) объема товаров, работ и услуг. Или в процессе исполнения контракта (договора) заказчик не выбирает значительное количество и объем товаров, работ и услуг, где предусмотрено условие в документации, что поставка товара, оказание услуг или выполнение работ осуществляется по заявке заказчика. В связи с этим, в первом случае контрагент теряет полностью свои вложенные денежные средства по предусмотренному тарифу на электронной торговой площадке. Во втором случае контрагент может полностью потерять свои вложенные денежные средства, если от заказчика не поступило заявки, или частично теряет свои вложенные денежные средства, что также является затратным условием для контрагента.

Таким образом, возникает необходимость урегулировать механизм и возможность возврата вложенных денежных средств контрагенту со стороны оператора электронной торговой площадки в случае, если с контрагентом сразу

был расторгнут контракт (договор) или не исполнен контракт (договор) по причине отсутствия заявки от заказчика. Чтобы контрагент был ознакомлен с данным условием в положении о тарифах, и имел возможность подать заявление на возврат денежных средств. Во втором случае контрагенту должна предоставляться возможность обоснования его затрат при не эффективно исполненном контракте (договоре), где контрагент имел бы право подать заявление на возврат частично вложенных денежных средств. В таком варианте сумма возврата денежных средств должна быть рассчитана в процентном отношении от его затрат и неполученной прибыли по частично исполненному контракту (договору).

С целью создания высокой и эффективной конкурентоспособности на электронных торговых площадках, следует создать и обеспечить благоприятные условия для принятия участия контрагентов в электронных процедурах на электронных торговых площадках. А именно, отменить взимание платы при проведении электронных процедур закупок, кроме платы при заключении контракта (договора) по результатам проведения электронной процедуры закупки. Это позволит не зарегистрированным контрагентам на электронных торговых площадках и считающих участие в электронных процедурах закупок не эффективным и затратным изменить свое решение, воспользоваться доступным и эффективным современным электронным ресурсом, предоставляющим возможность участвовать в электронных процедурах закупок с минимум затрат.

Предлагаемый механизм создания благоприятных условий для принятия участия контрагентов в электронных процедурах и регистрации на электронных торговых площадках позволит обеспечить высокую и эффективную конкурентоспособность. Это в свою очередь обеспечит значительное развитие экономики Российской Федерации.

В рамках реализации цифровизации закупок и экономики Российской Федерации [№ 4] следует создать максимально удобные условия контрагентам для их активного принятия решения участвовать в электронных процедурах закупок на электронных торговых площадках.

Литература:

1. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд: Федер. закон от 05 апр. 2013 г. № 44-ФЗ (ред. от 24 апр. 2020). URL: http://legalacts.ru/doc/44_FZ-o-kontraktnoj-sisteme/

2. О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц: Федер. закон от 18 июля 2011 г. № 223-ФЗ (ред. от 24 апр. 2020). URL: https://legalacts.ru/doc/223_FZ-o-zakupkah-tovarov_-rabot_-uslug-otdelnymi-vidami-juridicheskikh-lic/?yclid=2840512412447701724
3. О взимании оператором электронных площадок, операторами специализированных электронных площадок платы при проведении электронной процедуры, закрытой электронной процедуры и установлении ее предельных размеров: постановление Правительства Рос. Федерации от 10 мая 2018 г. № 564 / Председатель Правительства Рос. Федерации, 2018.
4. Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации»: распоряжение Правительства Рос. Федерации от 28 июля 2017 № 1632-р // Председатель Правительства Рос. Федерации. 2017.
5. Об утверждении перечней операторов электронных площадок и специализированных электронных площадок, предусмотренных Федеральными законами от 05.04.2013 № 44-ФЗ, от 18.07.2011 № 223-ФЗ: распоряжение Правительства Рос. Федерации от 12 июля 2018 г. № 1447-р (ред. от 28 июля 2018) / Председатель Правительства Рос. Федерации, 2018.
6. Об утверждении временного, на период с 15.04.2020 по 30.06.2020, размера и порядка взимания платы АО «РАД» в качестве оператора электронной площадки при проведении электронной процедуры закупки: приказ АО «РАД» от 14 апр. 2020 г. № п-0025/29 / Генеральный директор, 2020.
7. Демина Н. В. Виды электронных торговых площадок / Н. В. Демина, М. В. Чистова // Вестник экспертного совета. Институты и инфраструктура, 2018. № 1–2 (12–13).

ТУРИЗМ

Образовательный туризм как технология повышения профессиональных компетенций

Царевская Ирина Леонидовна, специалист
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва)

В статье рассматриваются особенности образовательного туризма в качестве дидактических условий для построения образовательно-познавательных траекторий в рамках повышения квалификации педагогических кадров.

***Ключевые слова:** образовательный туризм, повышение профессиональной квалификации, компетенция, междисциплинарный принцип.*

В докладе международной комиссии ЮНЕСКО о глобальных стратегиях развития образования в XXI веке подчеркивается, что одной из важнейших функций образования является развитие способности сосуществовать в едином мировом пространстве, находить стимулы для продуктивного сотрудничества на основе взаимного уважения. На настоящем этапе развития казахстанской системы образования формируется направление формы повышения квалификации профессиональных кадров через организацию туров учебно-познавательного характера, организуемых с целью достижения задач программ и проектов образовательного и развивающего назначения.

Развитие и поддержание профессиональных культурно-образовательных связей обусловлено появлением, новых подходов к формированию условий образовательной среды с целью культурного обмена и профессионального взаимодействия. Образовательный туризм является средством активизации творческой деятельности и ориентирован на повышение профессиональных компетенций через удовлетворение образовательных потребностей.

Социально-педагогическая эффективность образовательного туризма обусловлена просветительской деятельностью в рамках потребностно-направ-

ленного подхода: через реализацию духовно-нравственных, гуманистических, социально-коммуникативных потребностей участников. В работах зарубежных исследователей (Л. И. Гурье [1], Г. П. Долженко [2] и др.) представлен опыт образовательной деятельности в сфере туризма.

Образовательный туризм как подсистема образования выполняет функции: лично-деятельностную (направленность на развитие личных профессиональных умений участников через вовлечение в деятельность и приобщение к познанию) профессионально-творческую (ориентация на развитие способностей и удовлетворение потребностей и интересов участников), социально-коммуникативную (направленность на построение профессионального диалога между заинтересованными участниками и партнерами, реализация делового обмена через качественное кадровое обеспечение) интеллектуально-образовательную (создание условий для профессионального развития участников через активные формы учебной деятельности), культурно-познавательную (вовлечение участников в культуруформирующую деятельность через социальную и культурную интеграцию), рекреационно-оздоровительную (создание условий для восстановления эмоционально-психологического и физического состояния участников через активные виды оздоровления и отдыха), досугово-развлекательную (вовлечение участников в активные коллективные формы проведения досуга).

Образовательный туризм обладает неограниченным учебно-развивающим потенциалом, однако, является малоизученным сегментом в системе образования и туризме: не проведена классификация форм образовательного туризма в соответствии с функциональными признаками, не структурированы потребностно-потребительские и образовательно-познавательные компоненты содержания, не выработана классическая модель образовательного туризма как подсистема образования.

В настоящее время вопрос организации и управления сферой образовательных услуг посредством туризма теоретически не разработан, отсутствует определение образовательного туризма как самостоятельной системной экономической категории.

Такое положение предполагает проектирование и реализацию организационно-экономической управленческой модели с определением учебно-методического и производственного функционирования.

Основанием для проектирования организационно-экономической модели следует считать нормативный документ, определяющий стандарт профессиональных компетенций: «Об утверждении профессиональных стандартов по

педагогическим специальностям технического и профессионального образования» (Приказ МОН РК № 373 от 13.09.2013 года) [3]. В качестве содержательных компонентов профессиональных стандартов обозначены ведущие знания, умения, навыки, личные и профессиональные компетенции:

- определяет требования к знаниям и зависит от объема и сложности используемой информации;
- определяет требования к умениям и зависит от множественности способов решения профессиональных задач;
- умеет определять масштабы профессиональной деятельности;
- понимает цену возможной ошибки для организации, отрасли и ее социально-экономических последствий.

Необходимость построения образовательной модели предполагает выделение совокупности организационных и педагогических мероприятий для их реализации. Поэтому, организационно-экономическую управленческую модель туристского образования определяют совокупность принципов функционирования модели образования и организационно-педагогических условий [4].

Дидактические условия для построения образовательных траекторий в рамках образовательного туризма представляют собой единство целей и задач обучения, содержания, методов и средств обучения, которые в совокупности формируют целостную педагогическую технологию [5].

1. Заявленная цель образования предопределяет результат. Формируется стратегия образовательного процесса.
2. Определяется показатель общего объема знаний, навыков и профессиональных компетенций.
3. Определяются структура учебной нагрузки по профессиональным областям с учетом методологических особенностей и в рамках междисциплинарного подхода.
4. Определяется комплекс междисциплинарных дисциплин в контексте интеграции научных и профессиональных знаний.
5. Формируется условный аудиторный фонд и учебное время в рамках образовательных программ.
6. Определяются методические формы, методы и средства обучения.
7. Выстраивается образовательный процесс с учетом допустимой интенсивности.
8. Формируется квалификационный состав педагогической команды.
9. Организуется контроль качества образования.

10. Обеспечивается непрерывность образовательного процесса.

Построение модели образовательного туризма основывается на основных принципах: общезначимости, целостности, междисциплинарной интеграции, гуманизации, функциональности и доступности.

Повышение профессиональной квалификации в рамках образовательного туризма служит в качестве мотивации для профессионального роста и формирования профессионального самосознания. Неформальность образовательного процесса обуславливает взаимосвязь участников и способствует раскрытию индивидуальности, и творческих возможностей посредством многокритериальной оценки профессионализма.

Значение принципа междисциплинарности является системообразующим при формировании дидактической основы при построении междисциплинарных связей, широко представленных в образовательном туризме. Принцип междисциплинарности способствует познанию проблем современности посредством изучения образовательных задач.

Таким образом, образовательная модель должна представлять собой целостную систему, имеющую структуру и функции, отражающие взаимосвязи познания, учения и профессионально-культурного обмена. В условиях междисциплинарного обучения у участников формируются исследовательские навыки, развивается концептуальное мышление, повышается мировоззренческий потенциал, что, в целом, способствует профессиональному самосовершенствованию.

Литература:

1. Гурье Л.И. Проектирование педагогических систем: Учеб. пособие; Казан. гос. технол. ун-т, — Казань, 2004. — 212с.
2. Долженко Г.П. Опыт разработки классификации современного российского туризма. <http://www.intacadem.ru/statji/dolzhenko-g.p.—opyt-razrabotki-klassifikatsii-sovremennogo-rossiyskogo-turizma.html>
3. «Об утверждении профессиональных стандартов по педагогическим специальностям технического и профессионального образования» (Приказ МОН РК № 373 от 13.09.2013 года).
4. Стратегия развития российской системы управления образованием в области туризма. Диссертация. Воронцова М. Г. <http://geum.ru/ec-aref/strategiya-razvitiya-rossiyskoy-sistemy-upravleniya-obrazovaniem-v-oblasti-turizma.php>

-
5. Современные технологии туристического образования. Суслова И. А. Вестник Луганского национального Университета им.Тараса Шевченко. Серия: Педагогические науки.— 2009.—№ 10 (173).— с. 117–121

Научное издание

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА И ПРАКТИКА

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга
Оформление обложки Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета М. В. Голубцов

Материалы публикуются в авторской редакции.

Подписано в печать 24.07.2020. Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 2,28. Тираж 300 экз.

Издательство «Новация». 350911, г. Краснодар, ул. им. Фадеева, д. 429.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25