



НАУЧНЫЙ
ФОРУМ
nauchforum.ru

ISSN: 2542-2162

№28(207)
часть 2

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ



Г. МОСКВА



Электронный научный журнал

СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ

№ 28 (207)
Апрель 2022 г.

Часть 2

Издается с февраля 2017 года

Москва
2022

Председатель редколлегии:

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

Арестова Инесса Юрьевна – канд. биол. наук, доц. кафедры биоэкологии и химии факультета естественнонаучного образования ФГБОУ ВО «Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева», Россия, г. Чебоксары;

Ахмеднабиев Расул Магомедович – канд. техн. наук, доц. кафедры строительных материалов Полтавского инженерно-строительного института, Украина, г. Полтава;

Бахарева Ольга Александровна – канд. юрид. наук, доц. кафедры гражданского процесса ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия», Россия, г. Саратов;

Бектанова Айгуль Карибаевна – канд. полит. наук, доц. кафедры философии Кыргызско-Российского Славянского университета им. Б.Н. Ельцина, Кыргызская Республика, г. Бишкек;

Волков Владимир Петрович – канд. мед. наук, рецензент АНС «СибАК»;

Елисеев Дмитрий Викторович – канд. техн. наук, доцент, начальник методологического отдела ООО "Лаборатория институционального проектного инжиниринга";

Комарова Оксана Викторовна – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономии ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет", Россия, г. Екатеринбург;

Лебедева Надежда Анатольевна – д-р филос. наук, проф. Международной кадровой академии, чл. Евразийской Академии Телевидения и Радио, Украина, г. Киев;

Маршалов Олег Викторович – канд. техн. наук, начальник учебного отдела филиала ФГАОУ ВО "Южно-Уральский государственный университет" (НИУ), Россия, г. Златоуст;

Орехова Татьяна Федоровна – д-р пед. наук, проф. ВАК, зав. Кафедрой педагогики ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова», Россия, г. Магнитогорск;

Самойленко Ирина Сергеевна – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

Сафонов Максим Анатольевич – д-р биол. наук, доц., зав. кафедрой общей биологии, экологии и методики обучения биологии ФГБОУ ВО "Оренбургский государственный педагогический университет", Россия, г. Оренбург;

С88 Студенческий форум: научный журнал. – № 28(207). Часть 2. М., Изд. «МЦНО», 2022. – 52 с. – Электрон. версия. печ. публ. – <https://nauchforum.ru/journal/stud/28>.

Электронный научный журнал «Студенческий форум» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

Оглавление	
Статьи на русском языке	4
Рубрика «Экономика»	4
ПЛАНИРОВАНИЕ АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ В СООТВЕТСТВИИ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ СТАНДАРТАМИ АУДИТА Атрошенко Анастасия Сергеевна Ефремова Елена Ильинична	4
АУДИТ ЗАТРАТ НА ПЕРСОНАЛ В СВЯЗИ С КОВИДОМ Мельник Ольга Олеговна Белобородова Нина Анатольевна	11
ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ УТИЛИЗАЦИИ ТВЁРДЫХ БЫТОВЫХ ОТХОДОВ Михолапов Александр Дмитриевич	16
РЕКЛАМА В ГОСТИНИЧНОЙ СФЕРЕ: ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ Холодович Кристина Викторовна	19
Рубрика «Юриспруденция»	21
ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЛИЧНЫХ НЕИМУЩЕСТВЕННЫХ ПРАВ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ ДЕТЕЙ Андреева Полина Олеговна	21
ОСОБЕННОСТИ ОБЪЕКТИВНОЙ СТОРОНЫ ВЫМОГАТЕЛЬСТВА Кехлеров Эмир Низамиевич Ображиев Константин Викторович	24
МЕРЫ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА КОРРУПЦИОННЫЕ ПРАВОНАРУШЕНИЯ Лылин Игорь Николаевич	29
ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О КОНКУРЕНЦИИ: РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ Маслихова Анастасия Александровна	35
ВОЗБУЖДЕНИЕ УГОЛОВНОГО ДЕЛА: ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ПРАВОПРИМЕНЕНИЯ Самсонов Иван Олегович Колосович Марина Сергеевна	41
Papers in English	44
Rubric «Sociology»	44
THE IMPACT OF MARKETING MIX ELEMENTS ON CONSUMER BUYING BEHAVIOR IN BOOKSELLING INDUSTRY Aidana Shakhmet	44
Rubric «Economics»	48
NEW OPPORTUNITIES FOR INTERNATIONAL MARKETING IN THE ERA OF DIGITALIZATION Daria Kononenko Irina Vorobieva	48

СТАТЬИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

РУБРИКА

«ЭКОНОМИКА»

ПЛАНИРОВАНИЕ АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ В СООТВЕТСТВИИ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ СТАНДАРТАМИ АУДИТА

Атрошенко Анастасия Сергеевна

*магистрант,
Российский экономический университет
имени Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

Ефремова Елена Ильинична

*канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры
Финансового контроля, анализа и аудита,
Российский экономический университет
имени Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

PLANNING THE AUDIT IN ACCORDANCE WITH INTERNATIONAL STANDARDS ON AUDITING

Anastasia Atroshenko

*Undergraduate,
Plekhanov Russian University of Economics,
Russia, Moscow*

Elena Efremova

*Cand. Economy Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department
Financial control, analysis and audit,
Plekhanov Russian University of Economics,
Russia, Moscow*

Аннотация. Предварительное планирование аудиторской проверки предполагает ознакомление аудитора с финансовой и хозяйственной деятельностью субъекта экономики и оценку возможности проведения аудита. Предварительное планирование часто выделяют в самостоятельный этап аудита, основываясь на стандартах «Планирования аудита финансовой отчетности» МСА 300. Планирование – это начальная стадия выполнения аудиторских работ, она затрагивает объемы, сроки проведения аудита. В ходе планирования создается план аудиторской проверки.

Формирование документального обеспечения является очень важным на этой стадии проведения аудита, поскольку именно подход к определению и формированию информационных источников аудита определяют достоверность и обоснованность его выводов. Поэтому проблема формирования документального обеспечения аудиторской проверки является

актуальной и связанной с необходимостью повышения эффективности аудиторской деятельности.

Все условия и факторы, влияющие на выводы аудиторов, требуют документального подтверждения, с целью оценки уровня рисков проводимой аудиторской проверки.

В подтверждение этого пункт 9 стандарта «Планирования аудита финансовой отчетности» МСА 300 предусматривает необходимость изучения аудитором сроков, объема и характера планируемых процедур анализа рисков, согласно стандарта «Выявления и оценки рисков существенного искажения посредством изучения организации и её окружения» МСА 315.

В статье автором предложены критерии организационно-технических условий, обеспечивающих формирование учетной информации, определяющих планирование аудиторского анализа в соответствии с международными нормами и стандартами аудита.

Abstract. Pre-planning the audit involves the examination of the auditor's financial and economic activity of the economic entity and to evaluate the possibility of audit. Pre-planning can be identified in a separate phase of the audit based on "planning the audit of financial statements" ISA 300. Planning is the initial phase of the audit, which determined the scope and timing of the audit, developing the audit plan, determining the types and sequence of actions of the auditor.

The formation of the documentary support is very important at this stage of the audit because the approach to the definition and development of information sources of audit determines the reliability and validity of its conclusions. Therefore, the problem of the formation of documentary support for audit is a pressing and the related need to improve the efficiency of auditing.

Conditions for the formation of accounting information, the factors influencing the risks, objectives, nature of economic activity, it is required to acknowledge, in particular their availability and performance, to determine the level of risk of ongoing audit, evaluation of the functioning of the existing internal control system and its elements. In support of this paragraph 9 "planning the audit of financial statements" ISA 300 prescribes the necessity of studying by the auditor of the nature, extent and timing of the planned risk assessment procedures as required by "identifying and assessing the risks of material misstatement by examining the organization and its environment" ISA 315.

In the article, the author proposes the criteria of organizational and technical conditions ensuring the formation of accounting information, determining the planning of the audit in accordance with international standards on auditing.

Ключевые слова: аудит, контроль, стандарты аудита, планирование в аудите, цель аудита.

Keywords: audit, control, audit standards, planning the audit, the purpose of the audit.

В соответствии с международным стандартом МСА 300 «Планирование аудита финансовой отчетности» план аудиторской проверки разбивается на две части: деятельность, предшествующая аудиту (предварительная), и собственно аудиторская работа.

Предварительная аудиторская деятельность должна включать в себя проверку того, чем занимается клиент. Аудитор должен понимать характер бизнеса клиента, все виды его деятельности, знать источники его дохода, его конкурентов, поставщиков и потребителей его продукции. Это необходимо для того, чтобы избежать контактов с клиентом, занятым незаконными деяниями.

Знания об организации-клиенте приобретаются в ходе интервьюирования ее персонала, включая руководящий состав компании. Аудитор задает вопросы о том, как функционирует компания, получает информацию об активах компании. Если клиента новый, это процесс может затянуться надолго. У клиентов, уже проходивших проверку интервьюирование проходит быстрее, знания полученные в ходе предыдущих проверок только обновляются.

Также оцениваются крупнейшие клиенты компании, их финансовая репутация, характер их отношений с клиентом. Если такие клиенты имеют хорошую репутацию, и не ведут

споров с компанией клиента, велики шансы, что они останутся его партнерами и в будущем и будут переводить ему средства на постоянной основе. Также оценивается репутация самой компании-клиента, ее отношений с поставщиками, сотрудниками, акционерами, обществом в целом.

Потребители товаров и услуг, ведущие судебные и финансовые споры с компанией клиента в любой момент могут приостановить платежи, что увеличивает финансовые риски клиента. Особенно возрастает риск, если число партнеров у компании клиента невелико.

Кроме этого рассматриваются основные поставщики – их надежность, стабильность поставок, каковы условия контрактов на поставку товаров или услуг, какой процент товара возвращается в качестве брака. Оценивается и то, с какой периодичностью клиент платит поставщикам. Если клиент ведет торговлю на международном уровне, также учитываются политические риски в государствах, в которых находятся основные партнеры, стабильность валюты этих государств.

Оценивается характер любых гарантийных обязательств. Если клиент предоставляет гарантии на проданную продукцию, аудитору нужно оценить вероятность того, что товары будут возвращены. При этом особое внимание уделяется товарам, которые возвращаются по одной и той же проблеме. Это указывает на часто встречающуюся неисправность.

Внимательно оцениваются источники финансирования клиента. Проводится оценка задолженности клиента, структура его долга, надежность источников дохода. Аудитор оценивает, сможет ли клиент погашать проценты по кредитам, каков характер его отношений с кредиторами. Если клиент не выплачивает ссудные платежи в срок, кредитор может потребовать вернуть всю сумму кредита, а это увеличивает риски. Оценивается структура собственности клиента, ее стоимость по отношению к долговым обязательствам, дивидендная политика клиента, его способность выплачивать дивиденды. Аудитор оценивает позиции клиента в его отраслевом секторе, уровень конкуренции в отрасли, размер компании клиента по сравнению с конкурентами, его сравнительная с ними репутация, уровень государственного финансирования конкурентов.

Еще один нюанс – уровень спроса на продаваемые товары или услуги в отрасли, и различные факторы, влияющие на спрос, например, время года. Рассматривается влияние государственного регулирования на клиента, уровень налогов, сборов, тарифов, торговых ограничений. Оценивается восприимчивость бизнеса клиента к подъемам и спадам в экономике государства.

В заключение нужно учесть наличие или отсутствие конфликта интересов между членами аудиторской команды и клиентом. Следует договориться об условиях аудита (юридической стороне вопроса).

План непосредственно аудита включает в себя разработку стратегии, которая задает общий объем работ, временные рамки проверки, подходы, которые будут применяться в ходе проверки. Нужно оценить ресурсы, которыми располагает команда аудиторов. К ним относятся число членов аудиторской группы, их квалификация и опыт проверок в той отрасли, в которой занята компания клиента. Кроме этого оцениваются риски мошенничества и возникновения ошибок в ходе работы.

Выводы, полученные в ходе первоначального планирования аудита оформляются в виде отчета о возможности совершения аудита. Этот отчет является основанием для оформления договора, регламентирующего отношения с клиентом. Основываясь на этой информации, аудитор может, например, рекомендовать не проводить аудиторские работы, а предложить одну из форм восстановления учета.

Нормы, которые влияют на способы ведения бухгалтерского учета формируются согласно законодательству и регламенту компании клиента. Все операции, процедуры и процессы, которые необходимы для проведения анализа наличия отклонений от установленных норм осуществляются на этапе предварительного планирования.

Следует отметить, что учетная политика – это внутренний стандарт клиента. В этом стандарте заложены основные вопросы обеспечения техники, методики и организации веде-

ния бухгалтерского учета, с указанием обязательного соблюдения норм законодательства РФ.

Определение объектов предварительного планирования аудиторской проверки требует систематизации перечня условий формирования учетной информации по их отношению к этапам (итоговому, текущему, первичному) бухгалтерского учета и по организационно-юридическому признаку. Минимальный состав необходимых условий указан в таблице № 1.

Таблица 1.

Состав организационных и технических условий, с помощью которых формируется учетная информация

Группа условий	Их состав
Организационное и юридическое содержание	<p>Наличие порядка последующего, текущего и предварительного контроля, осуществляемого бухгалтерией</p> <p>Наличие регламента о создании и поддержании постоянного и текущего архива, наличие правил, регламентирующих хранение форм и регистров финансовой (бухгалтерской) отчетности, правил хранения первичной бухгалтерской документации, программного обеспечения</p> <p>Наличие и применение:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. плана мероприятий по переподготовке и подготовке кадров; 2. порядка документооборота и плана инвентаризаций; 3. договоров о материальной ответственности, с инкассаторской службой, с банками на обслуживание, рудовых, кредитных, хозяйственных договоров и пр.; 4. схемы организационной структуры бухгалтерского отдела; 5. должностных инструкций сотрудников бухгалтерии.
Содержание в соответствии с технологией процесса учета	<p>Использование и наличие показателей бухгалтерской отчетности</p> <p>Документарная регистрация фактов экономической деятельности</p> <p>Наличие ведомостей по обороту и сальдо в компании</p> <p>Использование и определение формата бухгалтерского учета</p> <p>Использование и наличие комплекта формата регистров бухгалтерского учета</p> <p>Наличие регистра учета документов</p> <p>Использование и наличие действующего плана счетов</p> <p>Наличие основных реквизитов в первичных документах</p> <p>Наличие и использование набора форм первичных учетных документов</p> <p>Наличие и использование комплекта форм бухгалтерской (финансовой) отчетности</p> <p>Наличие и использование учетных показателей (справочников)</p>

Отсюда можно сделать вывод о том, что использование процедур анализа на этапе предварительного планирования по существу фактов подготовки бухгалтерской отчетности возможно и целесообразно.

Результатом наличия предположительной информации о существовании основных предпосылок является снижение уровня аудиторского риска.

Заключительной процедурой предварительного планирования аудита является определение уровня риска, который связан с организацией и техникой ведения бухгалтерского учета. При этом степень влияния этих двух факторов на риск выявляется в результате расчета. Важность этой процедуры демонстрирует зависимость профессионального суждения аудитора о сотрудничестве с клиентом в дальнейшем от уровня исследуемого риска.

Кроме того, аудитором определяются зоны риска в организации и технике бухгалтерского учета, куда также входят полученные результаты проверки. Изучение этих зон обязательно к включению при проведении планирования. Аудитор преследует цель сократить совокупный аудиторский риск, поэтому в его интересах найти максимально возможный набор условий формирования информации бухгалтерского учета.

Формирование плана аудита по предлагаемому стандарту предполагает следующее смысловое наполнение:

«Аудиторские доказательства» МСА №500 разъясняют достаточно подробно требования достаточные для сбора определенных аудиторских доказательств. МСА 500 принято рассматривать вместе со стандартом «Аналитические процедуры» МСА 520, который устанавливает обязанности аудитора при производстве процедуры аналитики в качестве процедуры проверки по существу («аналитическая процедура проверки по существу»). К тому же, этот стандарт устанавливает обязанность аудитора по производству аналитических процедур ближе к заключительной фазе аудита, а это в свою очередь способствует формированию у аудитора общего заключения касательно бухгалтерской отчетности.

Таким образом, в программе планирования аудиторской проверки необходимо сформулировать аудиторские процедуры, которые помогут удостовериться в реализации предпосылок обозначенных в плане.

Комплекс работ компании, которая проверяется в ходе аудита, можно разделить на две группы. В первую группу может войти: характер системы контроля внутри компании, ее отчетность, учетная политика компании в ведении бухучета и налогообложении, хозяйственные договоры, учредительные документы и прочая документация. Первая группа предполагает использование специального и юридического подхода.

Во вторую группу относят информацию по разделам бухгалтерского учета и счетам.

Данные второй группы проверяются аудиторами по методике, состоящей из двух частей, в каждую из которых включаются определенные процедуры.

В первую часть методики входит:

- применение при аудиторских проверках методов экономического анализа;
- формирование заключения аудитора;
- использование информационных технологий и компьютерной обработки в процессе аудита;
- перечень частых нарушений и недочетов в синтетическом счете, участке, разделе;
- классификатор возможных ошибок в синтетическом счете, участке, разделе;
- отчеты бухгалтерии, отражающие синтетический счет, участок, раздел;
- список важнейших реестров, в который входят аналитические и синтетические реестры;
- список первичных документов по участку учета и разделу;
- цель проведения аудиторской проверки;
- описание по участку учета (разделам) других разрешенных законодательством альтернатив по учету;
- список документов, которые описывают отражение операций хозяйственной деятельности по рассматриваемому участку бухгалтерского учета, разделу, счету.

Следующая часть методики содержит базовые положения по планированию и проведению аудиторской проверки:

- перечень процедур, которые применяются во время проверки остатков и оборотов по синтетическому разделу, счету, участку. Большое внимание при этом уделяется соблюдению очередности их выполнения;
- план и программу проведения проверки;
- вопросник, который стоит применять при проведении опросов на этапе планирования.

Таким образом, очевидно, что в первой части приводятся общие сведения о методике и данные из составляющих ее документов используются для разработки структурных элементов второй части.

В список документов, нормативно регулирующих порядок записи операций хозяйственной деятельности по конкретному счету бухгалтерского учета, входят следующие документы:

- определяющие порядок налогообложения субъектов экономики, – НК РФ, законы и подзаконные акты органов местного самоуправления и субъектов РФ, касающиеся налогов. Все принятые налоги при этом соответствуют положениям НК РФ;
- устанавливающие порядок организации деятельности аудиторов, составления отчетности и ведения учета в РФ – все нормативные акты, которые касаются деятельности аудиторов, различные положения, планы счетов, законы, затрагивающие процедуру бухгалтерского учета;
- документы, которые устанавливают порядок ведения деятельности экономических субъектов в определенном направлении – Законы «О рынке ценных бумаг», «О валютном контроле», Таможенный кодекс ТС;
- документы, которые определяют основные экономические правоотношения – ГК РФ.

В таблице 1 представлена примерная форма списка нормативных документов по налогообложению и бухгалтерскому учету, которые аудиторы используют (на которые ссылаются) при составлении рабочей документации в соответствии с методикой детальной проверки.

Аудитор, используя описания вариантов учетных решений, альтернативы которых предоставлены экономическому субъекту, может при необходимости сравнить с ними применяемый способ ведения учета аудируемым лицом, проанализировать и разработать улучшающие рекомендации.

В подразделе, где обозначается основная цель проведения аудиторской проверки, рассматриваются ее особенности и назначение.

Таблица 2.

Форма списка нормативных документов по налогообложению и бухгалтерскому учету

№ п/п	Название документа	Дата документа	Наименование органа, утвердившего документ	Дата регистрации документа в Министерстве юстиции	Номер документа	Дата корректировки документа	Дата отмены документа (в случае его отмены)	Номер документа, внесшего изменения
1	2	3	4	5	6	7	8	9

Подраздел состава первичных документов: организации и предприятия могут использовать различный состав первичных документов по разделу учета (счета). Например, документы, самостоятельно разрабатываемые предприятиями либо первичные документы унифицированной формы.

Метод подробного контроля отражения в бухгалтерском учете сальдо и оборотов по счетам должен предлагать перечень стандартных форм и шаблонов документов первичного учета:

Регистры аналитического учета по счету. Согласно применяемой форме бухгалтерского учета устанавливается набор обязательных аналитических группировок для каждого бухгалтерского счёта. Согласно принятой учётной политике, разработанной системами налогового,

финансового и управленческого учета, субъектом экономики могут применяться различные регистры аналитического учета – карточки, ведомости, журналы, а также их виртуальные аналоги.

Бухгалтерская отчетность организации исходя из ст. 13 Закона о бухучете, за исключением отчетности муниципальных или федеральных учреждений, а также общественных объединений (организаций) и их структурных подразделений, не имеющих оборотов по реализации товаров (услуг, работ) кроме выбывшего имущества и не осуществляющих предпринимательской деятельности, состоит из:

- отчеты о финансовых результатах;
- приложения к ним;
- бухгалтерского баланса (Приказ Минфина России от 02 июля 2010 года № 66н, приложение №1).

В классификатор потенциальных нарушений по разделу (синтетическому счету или участку) включён перечень ошибок и нарушений, которые возникают при ведении учета по участку учета, бухгалтерскому счету и разделу учета.

Раздел, который связан с особенностью проведения аудита в рамках использования экономическим субъектом или аудиторами компьютерной обработки информации, должен обладать описанием процедур, которые необходимо выполнить аудитору в условиях использования компьютерной обработки бухгалтерской информации проверяемым экономическим субъектом.

Формирование аудиторского заключения – это обобщение итогов, полученных на всех этапах проверки.

Таким образом, наличие плана аудиторской проверки позволит облегчить работу аудиторов, также обеспечит выполнение услуг высокого качества, которые оказывает аудитор, более того, появляется прекрасная возможность для осуществления проверки качества работы аудиторской организации и защищаются интересы отдельных аудиторов.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 04.11.2014) "О бухгалтерском учете" / Электронный ресурс/. – Режим доступа: СПС «Консультант плюс».
2. Международный стандарт аудита (МСА) 300 Приказ Минфина России от 24.10.2016 N 192н «Планирование аудита финансовой отчетности»
3. Международный стандарт аудита (МСА) 500 Приказ Минфина России от 24.10.2016 N 192н «Аудиторские доказательства»
4. Бахтигозина Э.И., Устинова Н.Д. Аналитические процедуры оценки эффективности системы внутреннего контроля // В сборнике: Учетно – аналитическое обеспечение – информационная основа экономической безопасности хозяйствующих субъектов Межвузовский сборник научных трудов и результатов совместных научно-исследовательских проектов: в 2-х частях. Москва. 2017. С. 31-37.
5. Бахтигозина Э.И. Построение интегрированной системы управления рисками и внутреннего контроля для принятия управленческих решений // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. 2017. № 2 (92). С. 90-93.
6. Кеворкова Ж.А. Международные стандарты аудита/Под ред.– М.: Юрайт, 2014. – 464 с.
7. Рекомендации института присяжных бухгалтеров Англии и Уэльса / [Электронный ресурс]: <http://www.iasplus.com/uk/0610icaewmeasurement.rdf>
8. Интернет-сайт Федеральной службы государственной статистики <http://www.gks.ru>
9. [Электронный ресурс]: http://www.auditnet.ru/best_practice/analytical_materials/
10. Справочно-информационная система «Консультант +»

АУДИТ ЗАТРАТ НА ПЕРСОНАЛ В СВЯЗИ С КОВИДОМ

Мельник Ольга Олеговна

магистрант
кафедры государственного управления
и управления человеческими ресурсами,
Байкальский государственный университет,
РФ, г. Иркутск

Белобородова Нина Анатольевна

научный руководитель, канд. экон. наук,
доцент кафедры государственного управления
и управления человеческими ресурсами,
Байкальский государственный университет,
РФ, г. Иркутск

STAFF COST AUDIT DUE TO COVID

Olga Melnik

Undergraduate,
Department of Public Administration and
Human Resource Management
Baikal State University,
Russia, Irkutsk

Nina Beloborodova

Scientific adviser, PhD in economics,
Associate Professor of Public Administration and
Human Resource Management,
Baikal State University,
Russia, Irkutsk

Аннотация. В настоящее время наблюдается рост интереса к решению проблемы повышения эффективности управления персоналом в условиях удаленного режима работы. В анализированной статье рассмотрены некоторые актуальные вопросы аудита затрат на персонал в связи с COVID-19 в условиях труда дистанционных работников. Описаны особенности процессов аудита затрат на персонал, выявлены специфические черты процессов аудита затрат на персонал в условиях пандемии COVID-19. Представлены принципы аудита затрат на персонал, помогающие избежать ошибок, перечислены мероприятия, необходимые до проведения оптимизации расходов и непосредственно сами способы оптимизации, а также отмечены подходы крупных компаний к решениям возникающих проблем.

Abstract. Currently, there is a growing interest in solving the problem of improving the efficiency of personnel management in a remote work mode. The analyzed article discusses some topical issues of auditing personnel costs in connection with COVID-19 in the working conditions of remote workers. The features of the personnel cost audit processes are described, the specific features of the personnel cost audit processes in the context of the COVID-19 pandemic are identified. The principles of auditing personnel costs are presented, which help to avoid mistakes, the activities necessary before cost optimization and the optimization methods themselves are listed, as well as the approaches of large companies to solving emerging problems are noted.

Ключевые слова: дистанционные работники, управление персоналом, аудит затрат на персонал, COVID-19, эффективность.

Keywords: remote workers, personnel management, personnel cost audit, COVID-19, efficiency.

Современные экономические реалии связанные с распространением эпидемической опасности, вызванной пандемией COVID-19, заставили функции HR в компаниях в экстренном порядке изменить подходы к управлению персоналом. Трети опрошенных компаний удалось перевести на удаленную работу более 75% сотрудников в первые недели. В то же время, для сотрудников, чей характер работы не позволяет выполнять ее удаленно, были введены графики переменного режима работы и предоставлены средства индивидуальной защиты – наиболее популярная мера по оказанию помощи сотрудникам (73%). Несмотря на то, что компаниям удалось адаптироваться к изменениям, 56% респондентов отметили, что планируют вернуться в предыдущий формат работы, как только это станет возможным [1].

Кадровый аудит затрат представляет собой процедуру, предназначенную для оценки эффективности действующей системы затрат на управления штатом предприятия, определения соответствия имеющегося кадрового потенциала целям, стоящим перед компанией. Для процедуры аудита затрата на персонал принято приглашать независимых аудиторов по договору лизинга или аутсорсинга, которые обладают соответствующими знаниями в области трудового права и могут сделать объективную, независимую, профессиональную оценку. По итогам проведения аудита затрат на персонал составляется экспертное заключение, в котором излагается подробная информация о выявленных нарушениях действующего трудового законодательства

Анализируя наиболее популярные меры, к которым прибегают компании для оказания помощи сотрудникам в аспекте аудита затрат в ситуации пандемии – это обеспечение сотрудников средствами индивидуальной защиты, так делают 73% опрошенных компаний, почти 70% опрошенных респондентов отмечают, что размер расходов на персонал при всех принятых мерах не изменился. Четверть компаний сократили расходы на сотрудников, 7% респондентов отмечают рост расходов на персонал [1].

Если обращаться не к статистике, а к современным реалиям и практическому опыту, все больше и больше потенциальных рабочих обращаются к сайтам-агрегаторам, позволяющим встретиться с заказчиком и профессионалом, причем к такому взаимодействию прибегают и крупные корпорации. Эту тенденцию закрепляет всемирная пандемия, из-за которой большинство работников вынуждены работать удаленно.

Делается упор на культуре обратной связи и благодарности. При дистанционной работе многие сотрудники общаются в письменном виде, поэтому пожелания и требования к работе структурируются. Между тем возможны недоразумения из-за того, что человек не видит эмоций, поэтому четкое обозначение того, что получилось и получилось не совсем удачно при видео-разговоре дает возможность двум сторонам строить коммуникацию лучше. Эксперты утверждают, что пандемия – это идеальное время для поиска лучших кандидатов, не просто лучших, а талантливых и настолько востребованных, что раньше к ним было не подступиться. В современных условиях у работников перестраивается мышление – становится более гибким. Апокалиптические времена заставляют многих понять: не стоит цепляться за может и стабильную, но надоевшую работу, нужно пробовать новое.

Такое предложение достаточно важно, потому что не все желают работать ради денег, каждый стремится быть лучше себя вчерашнего с помощью пусть маленьких, но значимых для другого действий. Известная классическая теория в маркетинге – 4P включила дополнительный компонент и управление персоналом принесло пятую букву P – ею стали люди (people). У компании может быть крутой товар или услуга, привлекательная цена, удобная логистика, но покупатель не обратится в компанию, если он видит безразличие в глазах работников, инертность, механическое исполнение своих обязанностей. Этого можно избежать, если сотрудник будет понимать значимость своей работы, испытывать причастность к полезному делу, испытывать гордость и принадлежность к компании.

Так компания Apple начала производить медицинские маски iShield, состоящие из прозрачного пластика и ремня, передаваемых в больницы для защиты медицинского персонала, лечащих больных COVID-19. Подобные социальные проекты формируют благоприятный образ компании, где хочется работать, и выделяют компанию среди конкурентов для потенциального сотрудника. Еще одним изменением управления персоналом во время пандемии является организация цифровых рабочих мест, то есть с помощью инструментов совместной

работы, видеоконференций и различных онлайн-платформ сотрудники могут эффективно работать как в офисе, так и вне его. Смена рабочего места привела к тому, что повысились требования к технологическим знаниям сотрудников, и возникла потребность в их непрерывном обучении. Хорошим примером является коллаборация мирового лидера на рынке корпоративных приложений SAP и международной компании-ритейлера «Леруа Мерлен», запустивших облачный проект HR-трансформации на базе SAP SuccessFactors. Его суть состоит во внедрении платформы, на базе которой автоматизированы процессы обучения, развития и оценки 34 000 сотрудников в 103 магазинах сети. Данное решение есть и в мобильном приложении, потому специалисты могут проходить курсы и тренинги в любое удобное время. Образовательные онлайн-встречи – еще и хороший способ завести новые профессиональные знакомства. Люди постепенно привыкают к видеосвязи, и экран перестает быть препятствием для плодотворного общения [3].

Тактика управления персоналом в аспекте аудита затрат на него в условиях пандемии должна формироваться комплексно и опираться на четкое понимание последствий каждого принимаемого решения, а также – на обновленную бизнес-стратегию преодоления кризиса. Работа над повышением эффективности персонала по своей природе схожа с работой по разработке продукта: она построена на изучении пользовательского опыта, анализе влияния условий и рабочей культуры организации на эффективность сотрудников. HR-руководители сегодня уже начинают использовать дизайн-мышление, потому что в современных условиях их работа – это управление пользовательским путем сотрудников от первого знакомства до финального расставания и дальнейшего поддержания отношений с компанией. Во время пандемии COVID-19 некоторые сотрудники сформировали более тесные отношения, в то время как другие взяли на себя роли, более ориентированные на выполнение конкретных задач. Умение вовлекать узко нацеленных сотрудников в командную работу и создавать культуру инклюзивности становится теперь еще важнее. Для достижения этого кадровым службам следует налаживать партнерское взаимодействие в масштабах всей организации, через менеджеров помогая сотрудникам воспринять разные нормы и ожидания, связанные с этими изменениями. Инновации, происходящие сегодня в управлении человеческим капиталом – это ответ на кризисные условия. Однако антикризисные решения часто имеют долгосрочные последствия. Они способны существенно изменить то, как работает большинство компаний [4].

Перед тем как приступить к оптимизации системы аудита затрат на персонал в условиях пандемии COVID-19 следует осуществить несколько мероприятий [5]:

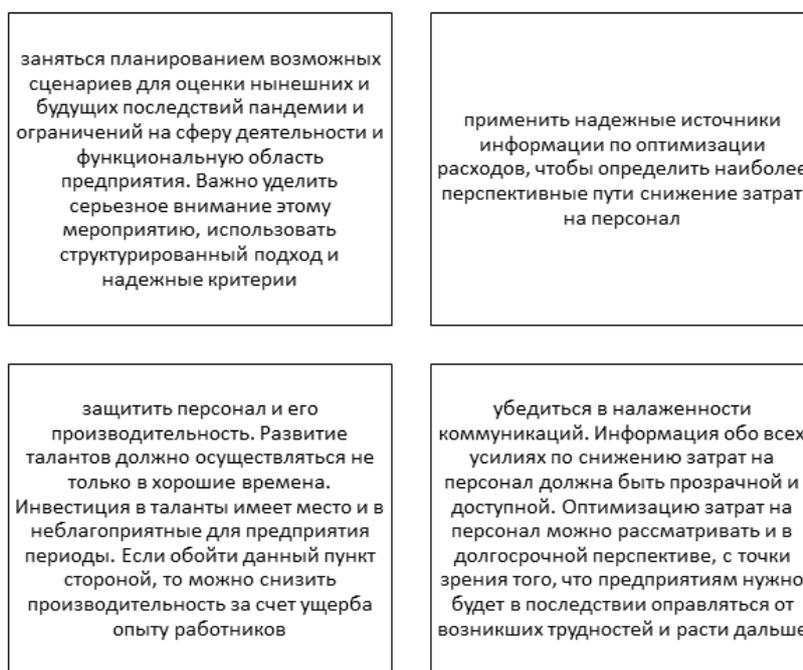


Рисунок 1. Мероприятия по оптимизации системы аудита затрат на персонал в условиях пандемии COVID-19

Для этого существуют определенные этапы, помогающие правильно осуществить требуемую оптимизацию системы аудита затрат на персонал в условиях пандемии COVID-19 – рис. 2 [6].

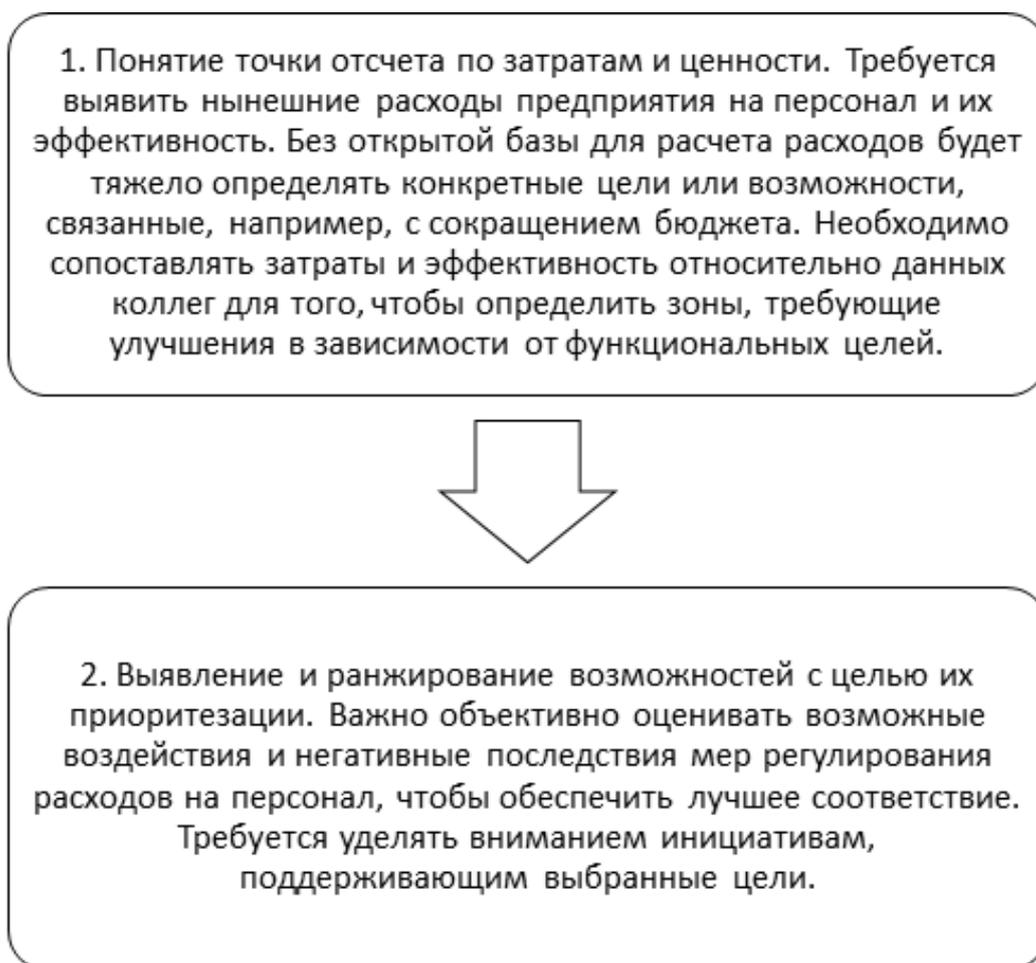


Рисунок 2. Этапы оптимизации системы аудита затрат на персонал в условиях пандемии COVID-19

Таким образом, всемирная пандемия COVID-19 неожиданно повлияла на все сферы жизни, но работники компаний, как всегда, постепенно адаптируются и начинают превращать негативные, на первый взгляд, изменения в полезные, которые только совершенствуют и улучшают бизнес-процессы. Управление персоналом в свою очередь является хорошим примером такой гибкости. Сначала переход на удаленный способ труда смутил всех специалистов, но со временем, поняв, что такой способ даже продуктивнее прошлого, в результате чего сфера начала налаживаться и эволюционировать.

Таким образом, системе аудита затрат на персонал в условиях пандемии COVID-19 на российских предприятиях важно адаптироваться к новым условиям существования, чтобы стать поддерживающим элементом предприятия в конкурентной борьбе.

Список литературы:

1. Как крупнейшие предприятия переживают пандемию // Клерк.ру: сайт. – URL: <https://www.klerk.ru/buh/news/502423/>
2. Саськов, К. Как сократить затраты на персонал в период пандемии / К. Саськов, О. Дученко // Kachkin.ru: сайт. – 2020. – 4 апр. – URL: <https://www.kachkin.ru/kak-sokratit-zatratyna-personal-v-period-pandemii/>

3. Смирнова, Е. Как HR-ам избежать рисков, проводя оптимизацию затрат / Е. Смирнова // Онлайн школа TopCareer: сайт. – 2020. – URL: https://topcareer.ru/how_HR_can_avoid_risks_by_optimizing_costs
4. Седова О.Л. Оптимизация затрат на персонал в условиях дистанционной занятости // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2020. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/optimizatsiya-zatrat-na-personal-v-usloviyah-dstantsionnoy-zanyatosti>
5. А.А. Михайлов, В.И. Федулов Подходы к управлению персоналом в условиях удаленной занятости // ЕГИ. 2020. №3 (29). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-upravleniyu-personalom-v-usloviyah-udalennoy-zanyatosti>
6. Федорова Н.В., Минченкова О.Ю., Макеева В.Г. Особенности работы менеджеров в условиях перевода сотрудников на удаленную форму работы // Наука и искусство управления / Вестник Института экономики, управления и права Российского государственного гуманитарного университета. 2020. № 1/2. С. 32–43.

ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ УТИЛИЗАЦИИ ТВЁРДЫХ БЫТОВЫХ ОТХОДОВ

Михолапов Александр Дмитриевич

магистрант,

*Частное образовательное учреждение
высшего образования Курский институт
менеджмента, экономики и бизнеса,
РФ, г. Барнаул*

Аннотация. Вопросы утилизации и переработки твёрдых бытовых отходов, а также их сбора и транспортировки являются одной из самых актуальных из всего комплекса экологических проблем любого города. Накопление их является источником существенного и социального напряжения, отходы создают отрицательный имидж населённых пунктов. Поэтому вопрос выбора метода обращения с твёрдыми бытовыми отходами приобретает особое значение. Приведён эколого-экономический анализ основных технологий утилизации, переработки и обезвреживания твёрдых бытовых отходов, что может служить базой для принятия управленческих решений на уровне городских властей.

Abstract. Issues of disposal and processing of solid household waste, as well as their collection and transportation, are one of the most urgent of the entire complex of environmental problems of any city. Their accumulation is a source of significant and social tension, waste creates a negative image of settlements. Therefore, the question of choosing a method of handling solid household waste is of particular importance. An ecological and economic analysis of the main technologies of utilization, processing and neutralization of solid household waste is presented, which can serve as a basis for making administrative decisions at the level of city authorities.

Ключевые слова: твёрдые бытовые отходы, эколого-экономический анализ, город, проблемы, накопление, утилизация.

Keywords: solid household waste, ecological and economic analysis, city, problems, accumulation, utilization.

Рациональное использование и обезвреживание твёрдых бытовых отходов (далее – ТБО), особенно в крупных городах, является одной из важнейших проблем, касающихся охраны окружающей среды. Каждый город при выборе тех или иных технологий обращения с ТБО исходит из своих специфических особенностей.

Поэтому на сегодняшний день поиск технологии утилизации, переработки и обезвреживания ТБО, которая будет отвечать экологическим требованиям, будет экономически целесообразным и будет соответствовать специфике соответствующего населённого пункта важной научной и практической задачей.

В настоящее время существуют пять основных технологий обращения с ТБО: сжигание, компостирование, термолиз (термическая обработка) и пиролиз (сжигание без доступа воздуха), захоронение и сортировка с последующим возвратом значительной части составляющих в производство. Анализ этих методов как с экономической, так и с экологической точек зрения должен стать определяющим при принятии решений на городском уровне.

Сжигание как метод обезвреживания ТБО широко применяется с конца XIX в. Сложность непосредственной утилизации ТБО обусловлена, с одной стороны, их многокомпонентностью, а с другой – повышенными санитарными требованиями к процессу их переработки. В этой связи сжигание является наиболее распространённым способом первичной обработки бытовых отходов. Помимо снижения объёма и массы получают дополнительные энергетические ресурсы, которые могут быть использованы для централизованного отопления и производства электроэнергии. Весомыми недостатками метода сжигания явля-

ется выделение в атмосферу вредных веществ, уничтожение ценных органических и других компонентов.

В исходных газах есть органические соединения – альдегиды, фенолы, хлорорганические соединения (диоксин, фуран), а также соединения тяжёлых металлов. Наибольшей проблемой, которую не в состоянии решить даже развитые страны, является очищение исходных газов от диоксинов. Из общих объемов ТБО доля сжигания изменяется в таких странах, как Австрия, Италия, Франция, Германия, от 20 до 40%; Бельгия, Швеция – 48-50%; Япония – 70%; Дания, Швейцария 80%; Англия и США – 10 %.

Следует отметить, что технология сжигания ТБО развивалась в период отсутствия жёстких норм выброса газовой составляющей. Следует отметить, что непосредственное сжигание – это метод, не имеющий развития в будущем, поэтому следует разрабатывать такие способы переработки ТБО, которые позволили бы утилизировать и повторно использовать содержащиеся в них ценные компоненты [1, с. 97].

Санитарная земляная засыпка. Такой технологический подход к обезвреживанию ТБО связан с образованием биогаза и последующим использованием его в качестве топлива. С этой целью отходы засыпают по определённой технологии слоем грунта толщиной 0,6-0,8 м в уплотнённом виде.

В процессе сжигания происходит разрушение содержащихся в нём токсичных компонентов, что обеспечивает безопасные для окружающей среды выбросы. Можно предположить, что в перспективе доля поддающихся захоронению ТБО заметно не уменьшится, поэтому извлечение биогаза из них с целью его утилизации является перспективной технологией прежде всего с экономической точки зрения [2, с. 90].

В зависимости от местных условий, стоимость захоронения изменяется от 10 до 50 долларов США за тонну. Этот метод требует меньших вложений на этапе создания. К экономическим эффектам можно отнести и коммерческое использование биогаза.

Биотермическое компостирование. Этот способ утилизации ТБО основан на естественных, но учащённых реакциях трансформации мусора с доступом кислорода в виде горячего воздуха при температуре около 60 °С. Биомасса ТБО в результате данных реакций в биотермической установке (барабане) превращается в компост. Однако, для реализации этой технологической схемы отходы следует очистить от крупногабаритных предметов, а также металлов, стекла, керамики, пластмассы, резины. Полученная фракция ТБО загружается в биотермические барабаны, где выдерживается в течение 2 суток с целью получения товарной продукции. После этого снова происходит очистка от чёрных и цветных металлов, измельчение и складирование для последующего использования.

Однако современные технологии компостирования не позволяют освободиться от солей тяжёлых металлов, поэтому компост из ТБО фактически малоприменим для использования в сельском хозяйстве. В перспективе разработка концепций получения синтетического газообразного и жидкого топлива для автотранспорта из продуктов компостирования, выделенных на мусороперерабатывающих заводах [3, с. 115].

Термолиз. С его помощью можно перерабатывать не только бытовые, но и промышленные углеродсодержащие отходы. Поскольку после термолиза практически не остаётся биологически активных веществ, то захоронение твёрдого зольного остатка не наносит существенного ущерба окружающей среде.

Образующийся в результате этого процесса пепел имеет высокую плотность, что резко уменьшает объёмы отходов, подлежащих захоронению. Термолиз, в отличие от сжигания мусора, не сопровождается восстановлением (выплавкой) тяжёлых металлов, отходы процесса превращаются в легкотранспортабельные и аккумулированные источники сырья и энергии.

Пиролиз. Этот способ утилизации ТБО, как и предыдущий, известен достаточно мало, из-за высокой себестоимости обезвреживания ТБО. Технология его заключается в необратимом химическом изменении мусора под действием температуры без доступа кислорода. Преимущество пиролиза по сравнению с непосредственным сжиганием отходов состоит

прежде всего в его эффективности с точки зрения предотвращения загрязнения окружающей среды. После него не остается биологически активных веществ, поэтому подземное складирование золы не наносит вреда природной среде. Образующийся пепел имеет высокую плотность, что резко уменьшает объем отходов, подверженных подземному складированию. При пиролизе не происходит восстановления (выплавки) тяжелых металлов. К преимуществам этого метода относятся и легкость хранения и транспортировки получаемых продуктов, а также меньшие капитальные вложения [4, с. 95].

Образцом применения сортировки с последующим возвратом значительной части составляющих в производство является, как известно, Германия. Здесь во дворах и на улицах можно увидеть разноцветные контейнеры, цвет которых подсказывает населению, для какого вида мусора они предназначены. Причём, за правильным их использованием строго следит специальная полиция. Этот метод является оптимальным как с точки зрения ресурсосбережения и охраны окружающей среды, так и из-за получения экономического эффекта от дополнительного вовлечения в обращение значительных объемов вторичного сырья.

В качестве примера эффективного применения политики обращения с ТБО можно привести город Смоленск. По количеству населения и уровню социально-экономического развития, а, следовательно и отходов, позволяет экстраполировать результаты исследований [5, с. 81].

Таким образом, наиболее приемлемым способом сбора и утилизации ТБО является сортировка бытовых отходов к их смешиванию и материальное поощрение жителей за сданное вторсырье. Применение его отвечает как целям ресурсосбережения и охраны окружающей среды, так и экономическим требованиям. Экстраполяция данных практического применения метода позволяет утверждать о возможности практического применения его в наших условиях.

Список литературы:

1. Вагин В.С. Экономические механизмы и модели управления системой обращения твердых отходов: дисс. ... докт. экономич. наук: 08.00.05 / Владимир Стефанович Вагин. – Владикавказ, 2007. – 280 с.
2. Власов Ю.М. Устойчивое развитие территорий и полигоны ТБО / Ю.М. Власов, А.И. Гаврилов // Архитектурные исследования. – 2017. – № 1. – С. 88-95.
3. Кунакбаева С.Р. Экономическое регулирование и управление в сфере обращения с отходами производства и потребления: на примере Республики Башкортостан: дисс. ... канд. экономич. наук: 08.00.05 / Светлана Рифовна Кунакбаева. – Москва, 2007. – 188 с.
4. Мубаракшина Ф.Д. Современные проблемы и технологии переработки мусора в России и за рубежом / Ф.Д. Мубаракшина, А.А. Гусева // Известия КГАСУ. – 2011. – № 4. – С. 91-99.
5. Павлов А.С. Экономическая эффективность управления твердыми бытовыми отходами на региональном уровне: дисс. ... канд. экономич. наук: 08.00.05 / Александр Степанович Павлов. – Ставрополь, 2004. – 161 с.

РЕКЛАМА В ГОСТИНИЧНОЙ СФЕРЕ: ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Холодович Кристина Викторовна

студент,
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИИХ»,
РФ, г. Новосибирск

В статье рассмотрено определение термина «реклама» и его происхождение. Определены правовые документы, регулирующие рекламную деятельность. Исследованы особенности и тенденции развития рекламы в гостиничном бизнесе.

Термин «реклама» впервые возник в 1655 году. Его использовали для обозначения извещений о предстоящих событиях. На протяжении длительного времени рекламой называли всё, связанное с распространением в обществе информации о товарах (услугах) с использованием всех имеющихся на тот момент средств коммуникаций.

Существует большое разнообразие определений рекламы. Следуя Федеральному закону от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», рекламой является информация, распространенная любым способом, в любой форме с использованием любого вида средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке [1].

В целом реклама призвана продвигать на рынок конкретные товары и услуги, используя их марки, но иногда основными элементами рекламной кампании становятся сами предприятия.

Л.В. Семенова подтвердила утверждение, что цели рекламы схожи с целями маркетинга гостиницы: довести до потенциальных потребителей сведения о товарах и услугах, ценах на них и их потребительских характеристиках; создать имидж новому продукту, услуге или торговой марке либо улучшить имидж существующей марки (услуги); повысить известность гостиничного предприятия на рынке, заинтересовать потребителей, принадлежащих к новому рыночному сегменту [5, с. 135].

К основным рекламным средствам, применяемым в гостиничном бизнесе, относятся: реклама в СМИ, дорожные щиты, дорожные знаки, специализированные издания, Интернет, телефонные книги, подарки и печатные издания, другие средства рекламы [2, с. 266].

Стоимость средств информации анализируется по факторам воздействия: по качеству аудитории и зависимости от времени рекламирования. В процессе рекламной кампании необходимо распределить расходы на рекламу в течение года, уточнить схему и ритмичность рекламирования. Непрерывность предполагает равномерное размещение рекламы в пределах заданного периода времени. Пульсирующая реклама предполагает неравномерное размещение в заданном периоде времени. Сезонность в туризме имеет решающее значение в ритме рекламирования. Для того, чтобы рекламные акции воздействовали на клиента, необходимо учитывать особенности различных сегментов потребителей. Основным фактором при выборе гостиницы является её месторасположение, и с учётом проживания клиентов можно выделить три основные категории: рассредоточенные клиенты, местные клиенты, организованные покупатели и турагентства. Для разных сегментов рынка следует применять различные рекламные средства, описанные в таблице 1.2 [3, с.153].

Таблица 1.

Рекламные средства для различных сегментов рынка

Выбор гостиницы с предварительным бронированием	Выбор гостиницы без предварительного бронирования
Рассредоточенные клиенты	
Интернет	Информация на бензоколонках и вокзалах

Выбор гостиницы с предварительным бронированием	Выбор гостиницы без предварительного бронирования
Гостиничные справочники	Неоновая реклама на зданиях
Телефонные книги	Дорожные щиты и дорожные знаки
Институциональные клиенты и турагентства	
Туристические ярмарки	–
Телефонные книги	–
Гостиничные информаторы	–
Местные клиенты	
Плакаты, листовки	Плакаты
Местная пресса	Прейскурант на услуги на входе
Местные радиостанции	Радио и пресса

Рекламная программа должна соответствовать предлагаемому продукту и ожиданиям потребителей. Положительный отзыв клиентов является наиболее убедительной формой личной рекламы. Гости отеля, получившие превосходное обслуживание и чувство того, что они самые важные клиенты, не только ещё раз вернуться на отдых в данный турцентр или гостиницу, но и порекомендуют их как место отдыха своим друзьям. Материальная база, услуги, гостеприимство и ценовая политика – все должно быть сосредоточено на достижении одной цели – удовлетворенный, счастливый клиент [4, с.73].

Список литературы:

1. О рекламе: Федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ (ред. от 30.12.2021) // КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ (дата обращения: 10.08.2022).
2. Баумгартен, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия. М.: Издательство Юрайт, 2020. – 338 с.
3. Богалдин-Малых, В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы. М.: Изд-во Моск. психол.-соц. ин-та; Воронеж: Изд-во НПО "МОДЭК", 2004. – 558 с.
4. Морозова, Н.С. Менеджмент, маркетинг и реклама гостиничного предприятия. М.: Издательство Юрайт, 2021. – 192 с.
5. Семенова Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. – 204 с.

РУБРИКА

«ЮРИСПРУДЕНЦИЯ»

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЛИЧНЫХ НЕИМУЩЕСТВЕННЫХ ПРАВ
НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ ДЕТЕЙ

Андреева Полина Олеговна

магистрант,

Тверской институт (филиал) Московского

гуманитарно-экономического университета,

РФ, г. Тверь

Аннотация. Проблема реализации личных неимущественных прав несовершеннолетних детей в Российской Федерации является особенно актуальной, поскольку главной целью семейного законодательства является укрепление семьи, обеспечения беспрепятственного осуществления членами семьи своих прав. В статье раскрываются теоретические и практические проблемы реализации личных неимущественных прав несовершеннолетних детей.

Ключевые слова: личные неимущественные права, семейное законодательство, несовершеннолетние дети, родители, семья, органы опеки и попечительства.

Согласно статье 1 Федерального закона от 24.07.1998 № 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» ребенок – это лицо до достижения им возраста 18 лет (совершеннолетия). Целью государственной политики в интересах детей является осуществление прав детей, предусмотренных Конституцией Российской Федерации, недопущение их дискриминации, упрочение основных гарантий прав и законных интересов детей, а также восстановление их прав в случаях нарушений.

В современном семейном законодательстве действует основополагающий принцип, что правовое положение в семье ребёнка, т.е. лица, не достигшего возраста 18 лет (ст. 54 СК РФ), определяется с точки зрения интересов ребёнка (а не родителей). В соответствии с п. 2 ст. 54 СК РФ, ребенок имеет право жить и воспитываться в семье, имеет право на совместное проживание с родителями [1, с.336]. Право на совместное проживание заключается в том, что ребенок должен жить вместе с обоими или одним из родителей. Местом жительства несовершеннолетних, не достигших 14 лет, признается место жительства их законных представителей – родителей, усыновителей или опекунов. Возникают определенные трудности при осуществлении несовершеннолетним права на совместное проживание с родителями, например, из-за недостаточной законодательной четкости по вопросу заключения соглашений родителей о месте жительства детей при их раздельном проживании (п.3 ст.65 СК РФ). Правила регистрации и снятия граждан РФ с регистрационного учета по месту пребывания и по месту жительства в пределах РФ, утвержденные Постановлением Правительства РФ от 17 июля 1995 г. N 713, устанавливают порядок регистрации несовершеннолетних граждан по месту жительства и по месту пребывания. Согласно п. 28 Правил регистрация по месту жительства несовершеннолетних граждан осуществляется на основании документов, удостоверяющих личность родителей (усыновителей). По достижении подростком возраста 14 лет его регистрация по месту жительства производится на основании паспорта. При этом право ребенка на совместное проживание с родителями сохраняется.

Право жить и воспитываться в семье подразумевает под собой проживание детей прежде всего в собственной семье, которую составляют его родители. Орган опеки и попечитель-

ства обеспечивают право ребенка на воспитание в семье в случаях утраты родительского попечения [3, с. 189].

Очевидно, что приоритет отдается проживанию именно в собственной семье, вместе со своими родителями. Ведь именно в семье происходит подготовка детей к полноценной жизни в обществе, развивается у них общественно значимая и творческая активность, воспитываются высокие нравственные качества.

Право ребенка жить и воспитываться в семье, кроме права на совместное проживание с родителями, также включает в себя право ребенка: знать (на сколько это возможно) своих родителей и кровных родственников, на заботу родителей, на обеспечение его интересов и всестороннего развития, уважения его человеческого достоинства [4, с.476]. В случае отказа родителей от предоставления близким родственникам ребенка возможности общаться с ним, орган опеки и попечительства может обязать родителей (одного из них) не препятствовать этому общению, так как родители, нарушая права близких родственников на общение, нарушают, в первую очередь, право самого ребенка на общение с ними. Если же родители (один из них) не подчиняются решению органа опеки и попечительства, близкие родственники ребенка либо орган опеки и попечительства вправе обратиться в суд с иском об устранении препятствий к общению с ребенком. Но закон при этом не регламентирует ситуации, когда сами родственники отказываются общаться с ребенком, а ребенок и родители желают этого. То есть, если родители или другие родственники отказываются от общения с ребенком, их нельзя к этому принудить. Таким образом, усматривается, что содержание личного неимущественного права ребенка на общение (ст.55 СК РФ) богаче, чем возможность его реализации на практике.

Несмотря на то, что лишение родительских прав является крайней мерой ответственности родителей, нередко наблюдается ситуация, когда суда поспешно, порой необоснованно лишают родителей родительских прав. Следует согласиться с мнением А.М. Рабец, считающей, что ««изъятие ребенка из собственной семьи, помещение его в другую семью должно быть не на словах (поскольку это прямо указано в законе и в актах его толкования), а на деле крайней мерой, когда у суда имеются все доказательства того, что никакие другие меры, принятые органами по охране прав детей, не дали должных результатов». Многочисленными исследованиями в области педагогики, психологии и социологии доказано, что лишение родительской заботы (особенно материнской), и последующая психическая и социальная депривация в детских домах катастрофически сказывается на социальном, психическом и физическом здоровье детей.

Именно поэтому в последние годы политика по лишению родительских прав в России смягчается. От 2019 к 2020 году отмечался резкий спад численности детей, родители которых лишены или ограничены в родительских правах: с 46 до 38 тыс. человек. Аналогичное снижение было и по относительному показателю: со 153 до 126 чел. на 100 тыс. детского населения [2, с. 148]. Однако такой резкий спад, на наш взгляд, объясняется в первую очередь пандемией: из-за карантина профильным службам было сложнее инспектировать неблагополучные семьи. А.М. Спивак считает необходимым «прилагать все усилия к тому, чтобы сохранить ребенка в кровной семье. Держать семьи в опасном положении под патронажем, под контролем, проверять, что там происходит, оказывать помощь, но не перемещать детей в учреждения».

Следует также обратить внимание, что законодательством не предусмотрен механизм осуществления права детей на защиту своих прав и законных интересов. При нарушении прав и законных интересов ребенка ребенок имеет право самостоятельно обращаться за их защитой в органы опеки и попечительства, а если ему исполнилось 14 лет – в суд. Однако ни СК РФ, ни ГПК РФ не предусматривают форму и содержание данного заявления. Представляется, что в ГПК РФ необходимо закрепить процессуальную регламентацию его реализации.

Неотъемлемым правом ребенка является его право получить от родителей имя, отчество и фамилию. Данное право получило свое закрепление в международных документах. В

соответствии с п. 1 ст. 7 Конвенции о правах ребенка от 20 ноября 1989 г. ребенок должен быть зарегистрирован сразу после рождения и с момента рождения имеет право на имя и сохранение своей индивидуальности [5, с.667]. Аналогичные правила закреплены и в СК РФ. Имя дается ребенку по соглашению родителей, отчество присваивается по имени отца, если иное не предусмотрено законами субъектов РФ или не основано на национальном обычае. Фамилия ребенка определяется фамилией родителей. Если родители имеют разные фамилии, то, по их соглашению, ребенку присваивается либо фамилия матери, либо отца, если иное не предусмотрено законами субъектов РФ. По сложившейся в России традиции часто ребенка записывают по фамилии отца. Однако и здесь, казалось бы, в самом простом правоотношении, при реализации ребенком этого права возникает ряд проблем, требующих своего решения.

Во-первых, следует иметь в виду, что право на имя ребенка реализуется родителями беспрепятственно, поэтому довольно часто родители дают своим детям неблагозвучные и нелепые имена, которые впоследствии могут причинить ребенку эмоциональную и психологическую травму. Решение данной проблемы видится в том, чтобы в ст. 58 СК РФ наряду с регламентацией права ребенка на имя установить соответствующую обязанность родителей выбрать ребенку имя, которое не противоречило нормам нравственности и не причиняло ему всякого рода неудобств.

Во-вторых, право ребенка после достижения им возраста 14 лет самостоятельно изменить свое имя, фамилию или отчество трудно реализовать, так как для этого требуется согласие обоих родителей. Как правило, родитель, проживающий отдельно от ребенка, нередко отказывается дать свое согласие. Можно сделать вывод, что и это право остается для ребенка пустой декларацией, пока он не достигнет возраста 18 лет. Целесообразно на законодательном уровне закрепить, что при раздельном проживании родителей вопрос об изменении фамилии, имени и отчества ребенка, достигшего 14 лет, должен решаться с согласия родителя, проживающего совместно с ребенком, при обязательном уведомлении родителя, проживающего отдельно от ребенка. Нельзя не согласиться с тем, что именно родитель, проживающий совместно с ребенком, может сталкиваться в повседневной жизни с целым рядом трудностей юридического или иного формального характера.

Таким образом, можно сделать вывод, что несовершеннолетние дети наделены широким кругом личных неимущественных прав. Однако на пути к их реализации несовершеннолетние дети сталкиваются с множеством проблем. Следует также обратить внимание на то, что в современном обществе в условиях падения роли нравственных ценностей и резкого значения религии привело к тому, что отношения внутри семьи практически никак не регулируются. Российской Федерации следует максимально использовать опыт тех государств, в которых право своими нормами утверждает авторитет семьи, уважение к семейным обычаям, традициям и другим семейным ценностям.

Список литературы:

1. Илюшина Е.А. Личные неимущественные права несовершеннолетних детей / Е.А. Илюшина. // Молодой ученый. – 2015 – № 16 – С. 335-337.
2. Краснова Т.В. Лишение родительских прав: концептуальные ошибки законодателя и проблемы правоприменительной практики / Т.В. Краснова // Вестник Омского университета. Серия «Право» – 2015 – №3 – С.143-152
3. Нечаева, А.М. Семейное право: учебник для вузов / А.М. Нечаева. – 8-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт – 2020 – С. 294
4. Никулина О.М. Права ребенка на семейное воспитание / О.М. Никулина// Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Экономика. Управление. Право – 2013 – №3 – С. 474-478
5. Стрекаловская, М.О. Право ребенка на имя и проблемы его реализации / М.О. Стрекаловская. // Молодой ученый. – 2016. – № 21 (125). – С. 665-668.

ОСОБЕННОСТИ ОБЪЕКТИВНОЙ СТОРОНЫ ВЫМОГАТЕЛЬСТВА

Кехлеров Эмир Низамиевич

магистрант

*Университета Прокуратуры Российской Федерации,
РФ, г. Москва*

Образжиев Константин Викторович

научный руководитель,

*Университет Прокуратуры Российской Федерации,
РФ, г. Москва*

FEATURES OF THE OBJECTIVE SIDE OF EXTORTION

Emir Kekhlerov

Undergraduate

*University of the Prosecutor's Office of the Russian Federation,
Russia, Moscow*

Konstantin Obrazhiev

Scientific director,

*University of the Prosecutor's Office of the Russian Federation,
Russia, Moscow*

Аннотация. Квалификация вымогательства по объективной стороне является на современном этапе развития уголовного законодательства сложной проблемой, так как вымогательство часто рассматривается как единичный случай в соответствии с описанием, содержащимся в Уголовном кодексе. Эта точка зрения, однако, не отражает тот факт, как вымогательство часто имеет характер длительного процесса. В серьезной организованной преступности вымогательство лучше понимать как процесс, в котором определенная цепь поведенческих событий связана друг с другом, что приводит к преступлению вымогательства. Правоохранителям сложно понять динамику преступления, и, как следствие, обвинение не может дать правовую квалификацию конкретным существенным действиям. В этой статье объясняются элементы объективной стороны преступления.

Abstract. The qualification of extortion on the basis of objective appearance is an increased risk of developing criminal prosecution, since extortion often increases as an isolated case, in accordance with the description covered in the Criminal Code. This point of view, however, has no quality, since extortion often has the nature of a process. In serious organized crime, extortion is better understood as a process in which a chain of events linked to other events is identified, leading to the crime of extortion. It is difficult for law enforcement to understand the dynamics of cases, and, as a result, a decrease in the severity of the disease cannot give a legal qualification of a significant action. This article explains the elements of the objective side of the incident.

Ключевые слова: преступления против собственности, вымогательство, уголовный кодекс Российской Федерации.

Keywords: crimes against property, extortion, the criminal code of the Russian Federation.

Незыблемость права собственности закреплена в статье 34 Конституции Российской Федерации, в которой указано, каждый человек имеет право иметь имущество, владеть им, пользоваться и распоряжаться им единолично и совместно с другими лицами и никто не может быть лишен своего имущества, иначе как по решению суда [1]. В связи с этим комплекс преступлений против собственности является наиболее широко проработанным в уголовном

законодательстве России, так как данные преступления являются, к сожалению наиболее распространенными.

При этом наиболее сложным преступлением против собственности с точки зрения объективной стороны является вымогательство, которое часто трудно доказать в суде. Основная причина заключается в том, что вымогательство часто рассматривается как единичный случай в соответствии с описанием, содержащимся в Уголовном кодексе. Эта точка зрения, однако, не отражает то, как вымогательство часто имеет место в серьезной организованной преступности. В серьезной организованной преступности вымогательство лучше понимать как процесс, в котором определенная цепь поведенческих событий связана друг с другом, что приводит к преступлению вымогательства.

Правоохранителям сложно понять динамику преступления, и, как следствие, сторона обвинения не может дать правовую квалификацию конкретным существенным действиям. В этой статье объясняются элементы объективной стороны преступления, которые позволяют отграничить вымогательство от других составов.

Во многих уголовных кодексах разных стран, в том числе и в статье 163 Уголовного кодекса Российской Федерации [2] «вымогательство» определяется как принуждение посредством насилия или угроз насильем к передаче денег, услуг или других благ на принудительной основе. Наличие насилия или прямое указание на применение насилия является важным элементом, когда речь идет об объективной квалификации правонарушения. Угроза насилия или применение насилия объясняет принуждение и вытекающий из этого страх жертвы. То, как вымогательство изложено в Уголовном кодексе, представляет собой простое изложение необходимых элементов для доказательства преступления.

Объективная сторона состава вымогательства включает в качестве способа следующие разновидности угрозы:

- угрозу применения насилия;
- угрозу уничтожения или повреждения имущества;
- угрозу распространения сведений, которые могут причинить существенный вред правам или законным интересам потерпевшего или его близких. [2].

Вымогательство является сложным психологическим преступлением. Вымогательство имеет характерные черты:

- Постепенное развитие или развертывание процесса вымогательства.
- Использование обмана и манипуляции в качестве инструментов принуждения на первых этапах процесса вымогательства, до применения насилия или угроз насильем.

Эти аспекты, как правило, делают преступление вымогательства латентным в течение длительного периода времени, в первую очередь из-за того, как обычно рассматривается это преступление. Следователи часто сосредотачиваются на прямом поведенческом взаимодействии между жертвами и преступниками. У них нет адекватной основы для понимания процесса, как следствие, они часто неверно истолковывают или просто не распознают признаки, потому что имеют узкое представление о том, как действует преступление.

Объективные действия преступника в процессе вымогательства имеют сложную структуру. Иногда «угроза насильем» является результатом ряда действий, которые вызывают страх у жертв и вынуждают их подчиняться требованиям преступников. Таким образом, прямые угрозы не видны и не распознаются как таковые, и для объяснения преступления нужен косвенный путь. Это подразумевает, что человек понимает динамику преступления, способ подготовки преступления, используемую тактику, многочисленные аксессуары к преступлению и изоциренный способ совершения преступления.

Таблица 1.

Фазы развития вымогательства и психологические роли преступника

Фазы	Психологические роли преступника
Фаза 1: Фаза контакта (манипуляции)	Контактмейкер (груммер)
Фаза 2: Фаза переговоров (предложение сделки)	<ul style="list-style-type: none"> • Довертель (привязывается к жертве) • Переговорщик (выступает в роли решателя проблем)
Фаза 3: Давление (запугивание и принуждение к согласию и сотрудничеству)	<ul style="list-style-type: none"> • Контроллер (следит за жертвой)
Фаза 4: Насилие, угрозы насилием	<ul style="list-style-type: none"> • Агрессор

Итак, из данных таблицы видно, что насилие и угроза применения насилия возникает в процессе совершения преступления не сразу.

Принуждение является важным элементом, когда речь идет о квалификации поведения, которое было совершено преступлением вымогательства. Однако тот факт, что потерпевший подчиняется виновному вследствие принуждения, зависит не только от принудительного акта виновного, но и от его собственных ощущений и убеждений, что его принуждают. Вместо прямых объективных угроз имеет место также субъективное восприятие и ожидание потерпевшего, что к нему, например, будет применено насилие. Отношение между объективными фактами (например, угрозами) и субъективным восприятием жертвы, которое создает страх и внутреннее давление для выполнения требований преступника, не должно идеально коррелировать.

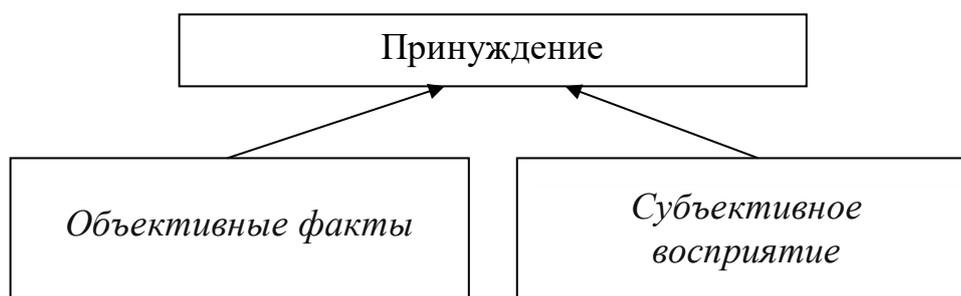


Рисунок 1. Элементы принуждения в процессе вымогательства

Манипуляция и запугивание будут иметь сильные психологические последствия, которые трудно объективно уловить, но часто они также приводят к принуждению. Например, обращение, которое вызывает чувство вины, жалости, морального негодования или физические аспекты преступников, такие как внешний вид преступника, – все это будет иметь последствия для жертв, чтобы они выполнили требования, с которыми они не обязательно согласны, но которым им трудно, или невозможно сопротивляться. Таким образом, принуждение также зависит от психологических характеристик жертвы и преступника, а также от тактики, используемой преступником. На самом деле существует множество тонких способов взять под контроль человека с помощью принуждения.

Квалификация наличия принуждения часто начинается с квалификации наличия страха. Страх – это наблюдаемый эффект принуждения, который часто является следствием угроз. Часто хорошо известно, что жертвы испытывают страх в определенный момент процесса вымогательства. Когда этот страх попадает в поле зрения правоохранительных органов, он часто интерпретируется как признак принуждения жертвы с помощью угроз насилия. Однако наличие страха далеко не достаточно, чтобы убедительно утверждать, что преступление вы-

могательства имело место. Для доказательства преступления вымогательства необходима более объективная квалификация страха, а это подразумевает специфические поведенческие взаимодействия между потерпевшими и виновными, оправдывающие этот страх как результат «угроз насилием».

Как констатирует современная судебная практика о вымогательстве: «угроза насилием» может иметь место, когда виновные «создали такие обстоятельства, что опасения потерпевшего, что в отношении него будет применено насилие, оправданы».

Таким образом, «угроза насилием» не обязательно должна быть прямой и заметной, чтобы объяснить страх жертвы. Все, что необходимо, – это детальное построение обстоятельств, при которых жертва испытывает страх. Такие обстоятельства могут быть построены только посредством описания способа совершения преступления.

Конкретный способ совершения преступления может варьироваться в зависимости от ситуации, однако, общий алгоритм выглядит следующим образом:

Потерпевший испытывает определенные проблемы в результате вводящей в заблуждение информации или обмана. Затем жертве предлагается решение в виде переговоров или предложения, которое решит проблему. Всякий раз, когда эта сделка принимается, в основном при вводящих в заблуждение или запугивающих обстоятельствах, жертва психологически связана с преступниками.

Затем ситуация используется для того, чтобы вынудить жертву совершить определенные действия по передачи денег или иных благ, и вымогательство становится установленным фактом.

Таблица 2.

Фазы развития вымогательства

Фазы	Описание
Фаза 1	Создание проблемы
Фаза 2	Предложение о решении и сделке
Фаза 3	Усиление давления на жертву
Фаза 4	Принуждение и вымогательство

Процесс вымогательства, описанный в таблице можно назвать «идеальным вымогательством». Она «идеальна» с точки зрения исполнителей: она скоординирована таким образом, что в первую очередь практически не несет явных признаков принуждения и угроз насилия. Но чтобы установить такого рода вымогательство, потерпевшему нужно быть готовым психологически, чтобы соблюдать предписания правонарушителя. Всякий раз, когда отношения устанавливаются в рамках сделки или переговоров, потерпевшему становится очень трудно сообщить об этом властям из-за того, что он добровольно выполнил условия, которые были выдвинуты в сделке. Более того, у него возникает ложное чувство контроля и безопасности ситуации, поскольку он считает, что решил проблему своими силами. Он ошибочно полагает, что проблема может быть решена, когда он заплатит свои долги или примет какую-то сделку или помощь. В действительности, однако, вымогательство не прекращается, когда жертва выплачивает свои долги, поскольку, в том числе, его долги будут увеличиваться во время вымогательства путем обмана и манипуляций. Более того, дружеское «бесплатное» предложение помощи будет подобно семени, посаженному сегодня. Позже бесплатный подарок будет собран, когда преступники вернуться и потребуют от жертвы некоторых или нескольких услуг, товаров или денег.

Единственная причина, по которой при данном виде вымогательства используются прямые угрозы или насилие, – это когда жертва начинает сопротивляться в определенный момент. Это не обязательно должно быть активным сопротивлением, но также может быть результатом его неспособности удовлетворить требования преступников в определенное время. Если это и происходит, то обычно это происходит на более позднем этапе процесса вымогательства. Однако важно то, что вымогательство устанавливается в первую очередь

без применения или угроз насилия. Нужна только отправная точка, когда жертву вводят в заблуждение и манипулируют ею, чтобы согласиться с конкретным предложением.

Это «идеальное вымогательство» оказывается трудно доказать в суде. Во-первых, по причине отсутствия какого-либо из необходимых признаков состава преступления в первый период преступления.

Таким образом, страх, который испытывает жертва, не имеет под собой никаких объективных оснований: он не является результатом угроз и применения насилия. Во-вторых, поскольку подготовка и исполнение преступления были разделены между несколькими субъектами с различным поведением, основная организация с ее единственным намерением вымогать деньги у жертвы далеко не очевидна.

Итак, подводя итоги статьи отметим, что рассматривая объективную сторону вымогательства необходимо учитывать динамику развития преступного поведения еще до начала реальных угроз применения насилия, потому как процесс формирования страха у жертвы может начинаться ранее, чем преступник предпринимает реальные действия по причинению угроз.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Российская газета. – 1993. – № 237; СЗ РФ. – 2014. – № 30 (ч.1). – Ст. 4202.
2. Уголовный кодекс РФ от 13 июня 1996 г. N 63-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. – 17 июня 1996 г. – №25. – Ст.2954.
3. Уголовно-процессуальный кодекс РФ от 18 декабря 2001 г. №174-ФЗ// Собрание законодательства РФ, 20 декабря 2001, №52, ст. 4921
4. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 17 декабря 2015 г. N 56 "О судебной практике по делам о вымогательстве (статья 163 Уголовного кодекса Российской Федерации)"// Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации, февраль 2016 г., N 2
5. Анешева А.Т. Обстоятельства, подлежащие установлению по делам о вымогательствах // Вестник Омской юридической академии. – 2018. – Т. 15. – № 2. – С. 200-205.
6. Барышева К.А. К вопросу о критериях разграничения вымогательства и принуждения к совершению сделок // Закон. – 2018. – № – С. 73-79.
7. Колесникова Т.В. Способы совершения вымогательства организованными преступными группами // Следователь. 2015. № 1. С. 22-29.
8. Яни П.С. Вопросы квалификации вымогательства // Законность. 2015. № 11.

МЕРЫ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА КОРРУПЦИОННЫЕ ПРАВОНАРУШЕНИЯ

Лылин Игорь Николаевич

*магистрант,
Московский Финансово-юридический
Университет МФЮА,
РФ, г. Москва*

MEASURES OF CIVIL LIABILITY FOR CORRUPTION OFFENSES

Igor Lylin

*Master's, Degree student,
Moscow Finance and Law University MFUA,
Russia, Moscow*

Аннотация. В настоящей статье рассмотрены гражданско-правовые санкции, предусмотренные действующим отечественным законодательством за совершение коррупционных правонарушений. Исследованы вопросы, касающиеся компенсационных мер, направленных на возмещение причиненного имущественного и морального вреда потерпевшим от коррупционной деятельности. Сделан вывод об актуальности взыскания имущества с третьих лиц, являющихся номинальными и фидуциарными собственниками имущества, приобретенного государственным служащим при реализации коррупционных схем. Предложено рассмотреть возможность увеличения сроков исковой давности по возмещению ущерба, возникшего вследствие коррупционных правонарушений, для усиления института защиты гражданских прав.

Abstract. In this article, the civil sanctions provided for by the current domestic legislation for the commission of corruption offenses are considered. The issues concerning compensatory measures aimed at compensation for property and moral damage caused to victims of corruption activities are investigated. The conclusion is made about the relevance of the recovery of property from third parties who are nominal and fiduciary owners of property acquired by a civil servant during the implementation of corruption schemes. It is proposed to consider the possibility of increasing the limitation period for compensation for damage caused as a result of corruption offenses in order to strengthen the institution of civil rights protection.

Ключевые слова: гражданско-правовые меры, ответственность, имущественный и моральный вред, компенсация.

Keywords: civil law measures, liability, property and moral damage, compensation.

Формирование и развитие имущественных отношений в России, усложнение механизмов их правового регулирования и регламентация объективно указывают на необходимость развития эффективной системы национального законодательства, опираясь на положительный международный опыт правового регулирования, для решения комплексных задач по реализации мер гражданско-правовой ответственности за коррупционные правонарушения.

Гражданское законодательство Российской Федерации основывается на неприкосновенности собственности, признании равенства участников регулируемых ими отношений недопустимости произвольного вмешательства кого-либо в частные дела, необходимости беспрепятственного осуществления гражданских прав, обеспечения восстановления нарушенных прав, их судебной защиты.

Приобретение гражданами (физическими лица) и юридическими лица гражданских прав осуществляется исключительно по их воле. Ограничение их прав возможно только на

основании федерального законодательства, в целях защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов других лиц, обеспечения обороны страны и безопасности государства.

Следует отметить, что гражданско-правовые санкции изначально по своей сути не являются карательными мерами и не преследуют цели репрессивного воздействия на гражданина, допустившего правонарушение. В этой связи основная роль указанных выше санкций заключается в восстановлении справедливости и возмещении причиненного вреда (ущерба) физическому или юридическому лицу.

В рамках неукоснительного выполнения режима прав и свобод гражданина, законности и правопорядка, предполагается, что гражданско-правовые санкции могут быть применены только при условии, когда правонарушитель установлен и его вина доказана в судебном порядке (судебное решение вступило в законную силу). Наряду с этим следует обратить внимание на то, что практика противодействия взяточничества опирается именно на уголовное право.

Применение норм ст. 20 Конвенции ООН [1], реализуемых в том числе в Российской Федерации, предполагает возможность принятия государствами-участниками законодательных мер для признания в качестве уголовно-наказуемого деяния, совершенного умышленно с целью незаконного обогащения, т.е. когда расходы значительно превышают фактические доходы должностного лица, не способного разумно обосновать сложившуюся ситуацию.

В этой связи возникает ряд вопросов, так как данная норма предполагает использование механизма объективного вменения вины в уголовном процессе через гражданско-правовой, имущественный статус должностного лица, а также его близких родственников. Из этого следует, что само имущество, являющееся собственностью, может быть достаточным доказательством вины в уголовном процессе. В таком случае, создаётся прецедент пренебрежения фундаментальной значимости презумпции невиновности, а гражданскому праву отводится роль вспомогательного звена в выполнении задач уголовного и уголовно-процессуального законодательства.

Сложно согласиться с подобным рода подходом, не смотря на возрастающую общественную опасность от коррупционных правонарушений и формирования ее новых форм. В этой связи российским законодателем был определен иной, более предпочтительный подход в гражданском законодательстве, которое в соответствии п.п. 8 п. 2 ст. 235 ГК РФ [2] закрепило правило об обращении в доход государства имущества, в отношении которого не представлены доказательства его приобретения на законные доходы по законодательству о противодействии коррупции. При этом отсутствие гармоничного и согласованного механизма гражданско-правовых средств противодействия коррупционным правонарушениям является значимым пробелом в российском законодательстве. В частности, отсутствуют специальные нормы, свидетельствующие о недействительности коррупционных сделок, учитывающих их состав и последствия, а также нормы, позволяющие установить потерпевшего от коррупционного правонарушения.

Понятийный аппарат, касающийся коррупционной сделки и её последствий, имеет различное толкование и не имеет единого, устоявшегося понятия, сформулированного на основе научных изысканий. Квалификация коррупционных сделок по ст. 169 ГК РФ «Недействительность сделки, совершенной с целью, противной основам правопорядка или нравственности», не достигает конечной цели, так как ее нормы носят оценочный характер и могут неоднозначно трактоваться участниками гражданского оборота и правоприменительной практики. К тому же данная статья предусматривает общее имущественное последствие – двустороннюю реституцию.

Таким образом норма данной статьи относится к категории общих, имеющих широкий спектр для использования – являясь по сути «каучуковой» нормой [3, с. 281], использование которой создает условия для обеспечения и восстановления баланса права и законных интересов, при выявлении сделок, действия по которым совершались с противоправной целью. При этом оценить подобные действия заранее затруднительно.

В этой связи, полагаю, что нарастающие вопросы по данному гражданско-правовому направлению позволяют сделать вывод о необходимости включения в ГК РФ разъяснений о недействительности коррупционной сделки на основе специальных состава и правил. Кроме того, при внесении ясности в вопрос, касающийся круга лиц, имущество которых может быть обращено в доход Российской Федерации, практическое применение п.п. 8 п. 2 ст. 235 ГК РФ являлось бы очевидным и значимым, поскольку была бы устранена неопределенность формы и вида судопроизводства, позволяющего обращать такое имущество в доход государства. Данная норма отличительна ярко выраженной спецификой, поскольку порождает лишь предположения, так как отсутствие доказательств о законном приобретении имущества, с учетом фактических официальных доходов, не образуют правонарушение или преступление. Исходя из этого, требуют совершенствования вопросы, касающиеся установления специальных правовых последствий недействительности коррупционной сделки в виде односторонней реституции и компенсации.

При этом расширение перечня оснований для прекращения права собственности на имущество, в отношении которого не представлены доказательства его законного приобретения, представляется излишним. При наличии дополнений в ГК РФ, в части задачи обращения взыскания в доход государства имущества, приобретенного на незаконные доходы, можно в полной мере использовать инструментарий, касающийся неосновательного обогащения (гл. 60 ГК РФ).

В тоже время, предусмотренный законодателем гражданско-правовой механизм не может быть ограничен составами недействительности коррупционных сделок. В этом случае полагал бы целесообразным дополнительно использовать возможности гражданского права, регламентирующего односторонний отказ от договора, предусмотренного ст. 450.1 ГК РФ, с позиции его экономической невыгодности, установленной в ходе контрольных и ревизионных мероприятий, проводимых в отношении органа власти и должностных лиц.

Однако, отказ от договора в одностороннем порядке должен учитывать совокупность обстоятельств недействительности сделок, без ссылок на приговор суда по делу о коррупционном преступлении, как основу доказательства. В этой связи необходимо принимать во внимание то, что зачастую на практике заключались «липовые» договора с целью легализации денежных средств или т.н. «откатные» договора по завышенным ценам, особенно в сфере государственных закупок.

В свою очередь односторонний отказ от договора, коррелируемый с требованиями о возмещении незаконного получения денежных средств, позволяет воспользоваться возможностью привлечения возмещенных в бюджет денежных средств для их дальнейшего целевого расходования. На ряду с рассматриваемыми вопросам следует также обратить внимание на нематериальные блага, которые также защищаются гражданским законодательством (пункт 2 ст. 2 ГК РФ), при этом к указанной категории благ относится доброе имя и деловая репутация (ст.150 ГК РФ).

В соответствии со сложившейся судебной практикой выработан единый подход относительно компенсации репутационного (нематериального) вреда, т.е. сформированного в обществе негативного мнения о существующем субъекте в определенной области его деятельности, причиненного действием (бездействием), нарушающим неимущественные права юридического лица (постановление ФАС Московского округа от 30 марта 2005 года № КГ-А40/1052-05 [4]; постановление Президиума ВАС РФ от 17 июля 2012 года № 17528/11 [5]).

Так, репутационный (нематериальный) вред возмещается по правилам главы 59 ГК РФ «Обязательства вследствие причинения вреда» с обязательным доказыванием общих условий вне договорной (деликтной) ответственности, касающейся наличия вины ответчика, с учетом наступления неблагоприятных последствий для истца.

В целях минимизации рисков возникновения репутационного вреда существенное значение имеет профилактическая мера по установлению этических норм и правил служебного поведения работников, участвующих в гражданском обороте юридических лиц, в рамках их профессиональной деятельности, в целях создания условий для укрепления авторитета и по-

вышения к ним доверия, как элемента, способствующего предупреждению коррупции. Реализовать указанные нормы и правила можно путем формирования внутреннего документа (регламента) юридического лица, определяющего порядок взаимодействия с контрагентами, конкурирующими организациями, представителями органов власти и управления, а также для реализации предупредительных мер по недопущению коррупционных схем. Учредители (участники) юридического лица вправе утвердить регламентирующие корпоративные отношения (п. 5 ст. 52 ГК РФ) в форме внутреннего регламента с отражением положений, не противоречащих учредительному документу юридического лица.

С позиции предпринимательской деятельности является очевидным, что незаконные действия (бездействия), допущенные должностными лицами, влекут убытки в виде дополнительных расходов и недополученных доходов, а также репутационный вред.

В качестве ответной и защитной меры законодатель обязал (ст. 16 ГК РФ) субъектов Российской Федерации или муниципальных образований возмещать убытки гражданину или юридическому лицу от незаконных действий должностных лиц. При этом возмещение вреда должно осуществляться из государственной казны и доводы об отсутствии в бюджете денежных средств не являются для суда состоятельными.

Однако, следует отметить, что в гражданском праве также предусмотрен порядок регресса к должностному лицу (п. 3 ст. 1081 ГК РФ), при условии полученных и подтвержденных доказательств совершения им противоправных, коррупционных действий, в рамках вступившего в силу судебного решения. Указанная процедура позволяет публично-правовому образованию рассмотреть вопрос о взыскании сумм уплаченных убытков с должностного лица, являющегося виновным работником данного образования, в следствие нарушения им прав и законных интересов субъектов гражданского оборота в сфере предпринимательской деятельности и иной экономической деятельности.

Подобная мера порождает серьезное имущественное обременение должностного лица, вина которого в совершении противоправных действия (бездействий) доказана, являясь мерой превентивного характера, позволяющей обеспечить восстановление нарушенных гражданских прав участников гражданского оборота. Наиболее уязвимой сферой деятельности, сопряженной с возникновением существенных убытков, возникающих от деятельности должностных лиц, является сфера закупок. К сожалению, велик соблазн решения вопросов должностными лицами заказчиков с учетом личной заинтересованности, исходя из возможности оказания влияния на результаты проведения торгов. Эти возможности «подогреваются» потенциальными исполнителями, подрядчиками и поставщиками, целью которых является получение выгодных контрактов, не пренебрегая стимулированием должностных лиц, в том числе посредством дачи взятки. При этом нередко должностные лица допускают проведение переговоров о заключении контрактов с иными лицами, не ставшими победителями торгов, заведомо не имея намерения о продвижении данного претендента и подписания с ним каких-либо соглашений, и договоров.

В этой связи, при условии доказывания обстоятельств заинтересованности со стороны должностного лица, являющегося представителем государственных структур и действующего от их имени, возникает реальная возможность его привлечения к ответственности в форме возмещения расходов, понесённых вследствие недобросовестных переговоров (в случае необоснованного определения победителя торгов), а также убытков, возникших из-за утраты возможности заключения договора (контракта) с третьим лицом. Данная мера имеет серьезный потенциал и может реализовываться на практике в качестве превентивной меры, способствующей исключению коррупционного поведения должностного лица, действующего от имени государственных структур, при проведении закупочных процедур и участии в торгах.

Кроме того, при нарушении правил проведения торгов, их результаты по иску заинтересованного лица могут признаваться недействительными, при условии искового требования подано не позже одного года с даты проведения торгов. В свою очередь признание судом недействительности торгов является следствием того, что заключенный договор становится не действительным с лицом, ставшим победителем торгов, и влечет применение последствий,

предусмотренных ст. 167 ГК РФ. Но эти последствия не позволяют решать задачи, в части компенсационных мер, а также восстановления и защиты прав потенциальных подрядчиков, исполнителей или поставщиков, участвующих в торгах. Вместе с тем, гражданским законодательством (глава 59 ГК РФ) предусмотрен и применяется универсальный способ защиты гражданских прав, который может использоваться применительно к рассматриваемой выше ситуации.

Так, согласно ст. 1064 ГК РФ вред, причиненный личности или имуществу гражданина, а также вред, причиненный имуществу юридического лица, подлежит возмещению в полном объеме лицом, причинившим вред. К тому же в соответствии со ст. 15 ГК РФ убытки включают в себя, как реальный ущерб, так упущенную выгоду потерпевшей стороны. При этом если лицо, нарушившее право, получило вследствие этого доходы, лицо, право которого нарушено вправе требовать возмещения наряду с другими убытками упущенной выгоды в размере не меньшем, чем такие доходы.

Применение указанных положений гражданского законодательства позволяет истребовать у должностных лиц, допустивших коррупционное нарушение, послужившее основанием для признания торгов недействительными, возмещения вреда, исходя из размера, не меньшего чем доход, полученный указанными лицами при совершении такого правонарушения.

Ранее уже отмечалось, что ГК РФ при наличии определённых условий, содержит механизм реализации гражданско-правовых средств, имеющие потенциал их использования для противодействия коррупционному поведению. Относимость к указанным средствам прослеживается в диспозиции ст. 1102 ГК РФ, обязывающей возврат имущества, приобретенного незаконным путем за счет другого лица (потерпевшего), за исключением случаев, предусмотренных ст. 1109 ГК РФ.

При этом следует отметить, что правила, содержащиеся в главе 59 ГК РФ, используются без учета обстоятельств неосновательного обогащения. Эти же правила распространяются и к требованиям о возмещении вреда, в том числе возникшего вследствие неправомерного поведения обогатившегося лица, так как иного ГК РФ не установлено.

Рассматривая указанную тематику, становится очевидным необходимость применения ст. 1102 ГК РФ, отражающей понятие «неосновательное обогащение», в случае получения должностным лицом незаконных денежных средств, как результата коррупционного правонарушения.

Данный подход создает возможность возврата государственными структурами имущества, приобретенного в результате коррупционного правонарушения, в обход требований правил, установленных законом или иными нормативными правовыми актами. Вместе с тем, не редко должностным лицом, совершающим коррупционные действия, на преступно нажитые средства приобретает имущество на подставных лиц, включая родственников или доверенных лиц, либо объекты совместной собственности, что усложняет задачу законодателю по противодействию подобным противоправным действиям. Полагаю, что для решения этой не простой задачи было бы целесообразно дополнить ГК РФ нормами о возможности разделения имущества, находящегося в долевой или совместной собственности, с учетом требования законодательства, без соглашения собственников. При этом выплата компенсации собственнику в счет прекращения права на имущество должна в обязательном порядке осуществляться под контролем прокуратуры, а решение суда, вступившее в законную силу, должно являться обязательным условием для прекращения права общей собственности и установлением размера нанесённого ущерба, возникшего в следствие коррупционного правонарушения. В этой связи требуется детальная проработка гражданского законодательства, относительно правовых последствий, определяющих приемлемые варианты использования имущества, приобретенного неправомерным путем, после доказывания фактического права собственности.

Следует обратить внимание также на то, что в соответствии со ст. 11 ГК РФ защита нарушенных или оспоренных гражданских прав осуществляется в соответствии с подведомственностью дел, установленной процессуальным законодательством, суд, арбитражный суд

или третейский суд. В свою очередь судебная защита выступает в качестве универсального способа защиты права (Постановление Конституционного суда РФ от 20 июля 2011 г. № 20-П) [6].

В соответствии со ст. 7 Конвенции о гражданско-правовой ответственности за коррупцию [7] – срок исковой давности в судопроизводстве по возмещению ущерба составляет не менее 3-х лет со дня, когда лицу, понесшему ущерб, стало известно или исходя из здравого смысла должно было стать известно о возникновении или о совершенном акте коррупции. В то же время сроки подачи указанного иска ограничены и не должны превышать 10-ти лет с момента совершения коррупционного деяния.

Принимая во внимание серьезность негативных последствий от коррупционных действий полагаю бы рассмотреть возможность увеличения сроков исковой давности по возмещению ущерба, возникшего вследствие коррупционных правонарушений, для усиления института защиты гражданских прав.

Список литературы:

1. Конвенция Организации Объединенных Наций против коррупции (принята Генеральной Ассамблеей ООН 31 октября 2003 года).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 28.06.2021, с изм. от 08.07.2021)
3. Иванов С.Б., Хабриева Т.Я., Чиханчин Ю.А. Противодействие коррупции: новые вызовы: монография. – М.: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации: ИНФРА-М, 2017., 281-282 с.
4. Постановление ФАС Московского округа от 30 марта 2005 года № КГ-А40/1052-05, по иску ОАО «Альфа-Банк» к ЗАО «Коммерсантъ. Издательский Дом» о защите деловой репутации.
5. Постановление Президиума ВАС РФ от 17 июля 2012 года № 17528/11 по делу N А45-22134/2010. Требование: О взыскании убытков, упущенной выгоды, возмещении морального вреда, причиненного умалением деловой репутации юридического лица.
6. Постановление Конституционного Суда РФ от 20.07.2011 N 20-П "По делу о проверке конституционности положений пункта 4 статьи 93.4 Бюджетного кодекса Российской Федерации, части 6 статьи 5 Федерального закона «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации в части регулирования бюджетного процесса и приведении в соответствие с бюджетным законодательством Российской Федерации отдельных законодательных актов Российской Федерации» и статьи 116 Федерального закона «О федеральном бюджете на 2007 год» в связи с запросом Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации.
7. Конвенция о гражданско-правовой ответственности за коррупцию (ETS N 174, заключена в г. Страсбурге 04.11.1999).

ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О КОНКУРЕНЦИИ: РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Маслихова Анастасия Александровна

*студент, магистрант,
Российская таможенная академия,
РФ, г. Люберцы*

Становление отечественного законодательства о конкуренции имеет сравнительно молодую историю. Практически до начала XX в. особое внимание данному направлению в рамках нормативных правовых актов не уделялось, что подмечали сами дореволюционные правоведы.

Стоит отметить, что попытки формирования такого рода законодательства предпринимались, однако созданные проекты так и не получили широкого применения. Формирование и становление законодательства в исследуемой сфере происходило при практически полном отсутствии даже возможности конкурентных отношений.

В связи с этим, перед тем как исследовать становление законодательства в России, представляется необходимым обратить внимание на зарубежный опыт, в частности опыт Франции, выступающей одной из первых стран Европы, где сформировалось антимонопольное законодательство.

Во французском праве нормы, предназначенные для борьбы с недобросовестной конкуренцией и устанавливающие общий запрет данного деяния, не получили законодательного закрепления в отдельном нормативном акте. К.Ю. Тотьев в своем исследовании отмечает, что специфика французского законодательства в исследуемой сфере выражалась в следующем:

- основание пресечения недобросовестной конкуренции на общих юридических положениях;
- ключевая роль судебной практики при применении ответственности за недобросовестную конкуренцию [13, с. 109].

Первые нормы, связанные с исследуемым институтом, во Франции появляются в 1791 году. В частности, в силу вступил Декрет Алларда, которым был установлен принцип свободы торговли и предпринимательства. Также в рамках Уголовного кодекса Франции была закреплена норма, согласно которой запрещались объединения, направленные на подрыв нормального действия закона спроса и предложения.

В 1804 году в силу вступил Французский гражданский кодекс, который является значимым правовым актом во всей правовой системе Франции. Примечательно, что специальных норм, которые бы затрагивали аспекты недобросовестной конкуренции, в кодексе установлено не было, однако общие нормы о деликтной ответственности применялись и применяются в рамках рассмотрения дел о недобросовестном поведении в конкурентной борьбе.

Специфика развития антимонопольного законодательства определяется экономическими и политическими реалиями, свойственными тому или иному периоду развития государства. После Второй мировой войны подорванная экономика Франции требовала восстановления, что вызвало необходимость проведения политики протекционизма. В послевоенный период Франция отказывается от отмены регулирующих мер, достаточно долго сохраняя приверженность политике государственного вмешательства в экономику [12, с. 11].

Стоит отметить, что не все принимаемые в указанный период законодательные акты имели своей целью снижение конкуренции. Так, был принят Декрет от 9 августа 1953 г. [16, с. 7045], закрепивший наложение штрафа за установление картельных цен на товары или отказ от их продажи. Именно этим Декретом была основана Техническая комиссия по соглашениям, которая стала первым специализированным органом по контролю антиконкурентных действий на рынке. Таким образом, французская система мер антимонопольного

регулируемая строилась на соблюдении баланса ограничительного воздействия, с одной стороны, и стимулирования конкуренции – с другой.

Последующее развитие законодательства о конкуренции во Франции во многом было схоже с его развитием в России, хоть и Советский Союз отличался особенной спецификой. В связи с этим представляется возможным вернуться к исследованию истории становления изучаемых институтов в России.

На рубеже XIX-XX вв. происходит новый скачок роста промышленности, торговли, а также финансовой деятельности, что было обусловлено проведением во второй половине XIX в. серьезных реформ Александра III, открытием новых месторождений полезных ископаемых, промышленным развитием в целом.

Все вышеперечисленное привело к объективной недостаточности имеющейся правовой базы в области конкуренции и монополии, что обозначало необходимость совершенствования действующего правового регулирования. Некоторые ученые того периода формулировали предложения по разрешению имеющихся проблем в рамках конкуренции и монополии. В частности, И.И. Янжул выдвинул идею о том, чтобы создать специализированное ведомство экономического направления, которое будет реализовывать надзор за крупными хозяйствующими субъектами, а также картельными соглашениями [15, с. 136].

Предложение было положительно принято со стороны органов власти, а позднее в 1916 г. его заложили в основу Правительственного законопроекта о синдикатах и трестах [10, с. 70]. Однако полноценная реализация проекта И.И. Янжула так и не случилась ввиду революции 1917 года. Несмотря на это в сентябре 1966 года в силу вступил Закон «Об уголовной ответственности торговцев и промышленников за повышение цен на предметы продовольствия или необходимой потребности» [10, с. 74], который сформировал административный антимонопольный механизм.

Глобальные революционные изменения, произошедшие после установления советской власти, повлияли также и на рассматриваемый институт. Кардинальные изменения были обусловлены нацеленностью властей на монополизацию экономики. Очевидно, что такие институты как конкуренция и монополия характерны для государств с рыночной системой экономики, в России же в исследуемый период началось построение командной экономической системы. В связи с этим правовая регламентация указанных сфер практически прекращает своё существование на определённый промежуток времени.

Позднее, в 1922 году, отдельные элементы механизма рыночной экономики стали применяться в ходе реализации новой экономической политики, что послужило последующему принятию нормативных правовых актов, регламентирующих аспекты конкуренции и монополии. В частности: в силу вступил Декрет о трестах 1923 года [7], в рамках уголовного законодательства (УК РСФСР 1922 года [8]) была установлена ответственность за искусственное завышение цен на товары посредством сговора или стачки торговцев между собой или путем намеренного невыпуска товаров, а также за злостное повышение цен на товары.

После завершения реализации новой экономической политики контроль за экономикой полностью переходит к государству, что обуславливает его становление как единственного монополиста в экономике. Такое положение продолжалось вплоть до середины 80-х гг. XX в.

Начиная с середины 80-х гг. стали реализовываться отдельные экономические реформы, часть из которых вводила элементы рыночной экономики. В связи снова возникла потребность в регламентации таких институтов как монополия и конкуренция. Так, были приняты законы СССР «О государственном предприятии (объединении)», «Об индивидуальной трудовой деятельности», «О кооперации в СССР». Все эти акты послужили постепенному восстановлению конкуренции в отечественной экономике, а также демополизации участия государства в ней. В своих трудах Д.И. Серегин указывает на то, что направленность на демополизацию экономики была обусловлена тем, что «в отличие от стран Запада, в советском государстве существовал огромный диссонанс в соотношении числа государственных компаний и мелких предприятий (кооперативов) и поэтому создание равных конкурентных условий стало важнейшей задачей руководства страны» [11, с. 35].

Это подтверждалось принятием 16 августа 1990 года Постановления Совета Министров СССР «О мерах по демополизации народного хозяйства» [9], в рамках которого были затронуты такие аспекты, как обеспечение правовой защиты от рыночного монополизма и недопущение проявлений недобросовестной конкуренции, к которым относятся введение в заблуждение, незаконное использование товарного знака, самовольное использование конфиденциальной информации. Кроме того, данным актом был при Совмине СССР был образован Антимонопольный комитет для реализации государственного контроля за развитием конкуренции и ограничением монополистической деятельности.

В 1991 году в силу вступает Закон РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» [2], в содержании которого раскрывалось понятие монополистической деятельности, а также определялись формы недобросовестной конкуренции, задачи и функции Антимонопольного комитета РСФСР. Примечательно, что некоторые положения данного правового акта действуют до сих пор. Это нормы, определяющие понятие аффилированных лиц, а также категории, которые к ним относятся.

Распад Советского Союза во многом определил последующее становление и развитие рыночной экономики России. Росла роль частного предпринимательства, что, очевидно, обусловило расширение конкуренции и, как следствие, видов недобросовестного поведения, целью которых было получение преимуществ в конкурентной борьбе.

Особое проявление таких видов произошло в период экономического кризиса 1998 года, когда на фоне снижения социальной ответственности населения зарождались такие формы недобросовестного конкурентного поведения как промышленный шпионаж, создание картелей, рейдерские захваты и т.п.

Экономический спад и нечестные методы борьбы на рынке товаров и услуг России обусловили необходимость в создании эффективного законодательства в сфере защиты конкуренции, а также в совершенствовании уже существующих механизмов правового регулирования борьбы с недобросовестной конкуренцией. Все это реализуется уже в рамках современного этапа развития законодательства о конкуренции.

На сегодняшний день, сфера предпринимательской деятельности в Российской Федерации регулируется правовыми нормами, которые содержатся во многих нормативных правовых актах таких, как Конституция РФ, закрепляющая политические, социальные и экономические основы конституционного строя, Гражданский кодекс РФ, а также Федеральные законы и иные законодательные акты.

Задачей антимонопольного законодательства является защита, поддержание конкуренции и пресечение поведения, направленного против или во вред конкуренции. Такое поведение получило название «антиконкурентное поведение», в литературе для его обозначения используется иногда термин «деятельность». Но словосочетание антиконкурентная деятельность не совсем корректно, поскольку антиконкурентным может быть и бездействие.

Одной из основных и важнейших сфер правового регулирования предпринимательской деятельности является антимонопольное регулирование. Это регламентировано Конституцией РФ: не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию (п. 2 ст. 34) [1]. Именно Конституция является важной правовой основой функционирования и развития рыночной экономики в России.

Кроме Конституции РФ основополагающим законом является Гражданский кодекс РФ [3], содержащий такие общие положения, как, например, положения о юридических лицах, сделках и иные положения, которые будут необходимы при детальном изучении конкуренции. Гражданское законодательство определяет правовое положение участников гражданского оборота, основываясь на признании равенства участников регулируемых им отношений, неприкосновенности собственности, свободы договора и иных принципов, закрепленных в Гражданском кодексе РФ. Иными словами, в нем закреплены базовые понятия и аспекты, которые позволяют понимать суть и значение рыночной экономики и конкуренции, как ее наиважнейшей части.

Наиболее важным является уже упомянутый ранее Закон о конкуренции [6]. Он содержит положения о монополистической деятельности, раскрывает суть недобросовестной конкуренции, регламентирует полномочия антимонопольного органа в России. А главное именно в нем раскрываются такие необходимые для исследования понятия, как «конкуренция», «хозяйствующий субъект», «монополистическая деятельность» и др.

Закон «О защите конкуренции» адаптирован к реалиям современной экономики России 21 века. Вместе с тем он непрерывно развивается и совершенствуется. Общей тенденцией является постепенное сближение отечественного антимонопольного законодательства с целым рядом аспектов американского антимонопольного права [14, с. 97]. Ввиду этого проведем параллель и сравним нормативное правовое регулирование конкуренции России с законодательством США.

Законодательство США включает нормы об охране конкуренции в антимонопольное законодательство, так как нечестная конкуренция рассматривается как элемент монопольной практики. Антимонопольное законодательство США изначально появилось в штатах благодаря Альянсу фермеров Миссури. Они объединяли производителей, обеспокоенных ростом конкуренции со стороны более крупных и эффективных ферм. Увеличение рыночной доли, занятой крупными хозяйствами, приводило к монополизации рынка.

Ввиду этого, в США принятие законодательства о недобросовестной конкуренции традиционно относилось к компетенции отдельных штатов. На федеральном уровне в 1964 г. был принят «Единый закон об обманной торговой практике», на основании которого большинство штатов США приняло свои законы. В данном случае закон, принятый на федеральном уровне, выступает как базис для законов каждого отдельного штата.

Акцентируя внимание на этом, можно пронаблюдать существенное различие между Россией и США в данном аспекте. В России правовое регулирование конкуренции не относится к совместному ведению РФ и субъектов Федерации.

Важным нормативным актом в антимонопольном законодательстве США на федеральном уровне является Закон Шермана от 1890 г., направленный на охрану принципа «экономической свободы». Некоторые его положения действуют до сих пор. Из-за всеобъемлющего характера его стали называть конституцией конкурентной системы. Его целью было установление контроля и регулирование создания промышленных организаций с тем, чтобы не допускать возникновения монополий, сговоров о разделении рынков и фиксации цен.

Закон Шермана запрещает любые контракты, объединения и тайные сделки, направленные на ограничение торговли между штатами, и любые попытки монополизировать какую-либо часть этой торговли. Суть Закона воплощена в 2 основных пунктах: «Любое соглашение, объединение в форме треста или иной форме, или тайный сговор, имеющие целью ограничение производства или торговли между несколькими штатами или с иностранными государствами, настоящим объявляются незаконными...» В параграфе 2: «Любое лицо, которое будет или пытается монополизировать, или объединится, или сговориться с каким-либо лицом или лицами, чтобы монополизировать какую-нибудь часть производства или торговли между несколькими штатами, будет считаться виновным в совершении преступления... Виновные подлежат штрафу на сумму не свыше 50 тыс. долларов, или тюремному заключению на срок не свыше одного года, или обоим этим наказаниям». Необходимо отметить, что отдельные действия наказываются штрафом до 250 тыс. долларов и даже тюремным заключением сроком до трех лет в каждом случае.

Основываясь на положениях Закона Шермана, можно выделить еще одно различие между законодательствами России и США. Закон Шермана содержит положения, которые относятся к уголовному праву, в частности, в нем прописана санкция за совершение преступления. В данном случае это прямой способ изложения элементов нормы права, то есть изложение элемента нормы права прямо в статье. В законодательстве России, напротив, применяется бланкетная норма, которая отсылает нас к другим нормативным правовым актам. Уголовная ответственность в России предусмотрена Уголовным кодексом РФ за ограничение конкуренции (ст. 178 УК РФ) [4].

Кроме того, штрафные санкции значительно отличаются в России и США. В России предусмотрен штраф в размере от 300 до 500 тысяч рублей. В США же максимальный штраф 250 тысяч долларов. Соответственно в рублях данный штраф будет составлять несколько миллионов в зависимости от курса валют.

Чтобы помочь судам в применении норм Закона Шермана, Конгресс принял Антитрестовый закон Клэйтона и Закон о Федеральной торговой комиссии, которые вступили в силу в 1914 г. Главное положение данных законов заключается в вопросе слияний, запрещая любые слияния, которые могут значительно ослабить конкуренцию. Он также запрещает некоторые виды деловой практики, такие, как установление специальных тарифов для ряда потребителей, если это «уменьшает конкуренцию и ведет к созданию монополии».

В законодательстве США понятие «merger» шире, чем в российском, и обозначает не только «слияние», но и «приобретение», т.е. это взаимосвязанные термины, которые позволяют компаниям законным образом объединить владение активами, ранее находившимися под раздельным контролем.

В российском законодательстве выделено 5 форм реорганизации юридического лица, перечисленные в Гражданском кодексе РФ и подробно раскрытые в Федеральном законе РФ № 14 от 08.02.1998 «Об обществах с ограниченной ответственностью» [5]. И как раз слияние и присоединение выделены, как две разных формы реорганизации. Слиянием общества признается создание нового общества с передачей ему всех прав и обязанностей двух или нескольких обществ и прекращением последних. Присоединением общества признается прекращение одного или нескольких обществ с передачей всех их прав и обязанностей другому обществу.

Опираясь на положения, содержащиеся в Федеральном законе РФ «О защите конкуренции» и Законах США, можно сделать вывод о том, что в целом законодательство обеих стран в некоторых положениях схоже, но есть два существенных различия. Первое: в законодательстве РФ более детально расписаны действия, запрещенные в соответствии с Федеральным законом, когда как законы США описывают запреты обобщенно. Второе: российское законодательство содержит все основные положения о конкуренции в Федеральном законе «О защите конкуренции», когда как в законодательство США о конкуренции входит Закон Шермана, Закон Клейтона, Закон Федеральной торговой комиссии и также законы каждого отдельного штата.

Таким образом, антимонопольное регулирование в России является основным и достаточно актуальным направлением нормативного регулирования предпринимательской деятельности. В данной сфере необходимо грамотно и наиболее тщательно прорабатывать позицию государства в отношении субъектов, осуществляющих предпринимательскую деятельность. На протяжении многих лет законодательная база в сфере конкуренции непрерывно развивалась, постепенно преодолевая внутренние противоречия и все больше адаптируясь к реалиям отечественной экономической жизни. И теперь российская правовая система включает в себя много новых нормативных правовых актов.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 04.07.2020.
2. Закон РСФСР от 22.03.1991 № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» // Ведомости СНД и ВС РСФСР. 1991. № 16. Ст. 499.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая. Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (с послед. изм.) // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.
4. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (с послед. изм.) // «Собрание законодательства РФ». 1996. № 25. Ст. 2954.

6. Федеральный закон Российской Федерации № 14-ФЗ от 08.02.1998 «Об обществах с ограниченной ответственностью» (с послед. изм.) // Собрание законодательства РФ. 1998. № 7. ст. 785.
7. Федеральный закон Российской Федерации от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (с послед. изм.) // Российская газета. № 162. 2006.
8. Декрет СНК СССР от 17.07.1923 «О государственных промышленных предприятиях, действующих на началах коммерческого расчета (трестах), находящихся в управлении местных органов» // СУ РСФСР. 1923. № 84. Ст. 815 (утратил силу).
9. Постановление ВЦИК от 01.06.1922 «О введении в действие Уголовного Кодекса РСФСР» // СУ РСФСР. 1922. № 15. Ст. 153 (утратил силу).
10. Постановление Совмина СССР от 16.08.1990 № 835 «О мерах по демополизации народного хозяйства» // СП СССР. 1980. № 24. Ст. 114 (утратил силу).
11. Писенко К.А., Бадмаев Б.Г., Казарян К.В. Антимонопольное (конкурентное) право: учебник. М.: РГУП, 2015. 420 с.
12. Серегин Д.И. Становление законодательства о защите конкуренции в России // Вектор юридической науки. 2017. № 9. С. 29–37.
13. Татаринова С.С. Особенности развития законодательства о защите конкуренции во Франции // Юридический аналитический журнал. 2020. Т. 15. № 1. С. 10–14.
14. Тотьев К.Ю. Недобросовестная конкуренция по современному французскому праву // Закон. 2006. № 2. С. 109.
15. Шишкин М.В. Антимонопольное регулирование: учебник и практикум для вузов. Москва: Издательство Юрайт, 2021. С. 143.
16. Янжул И.И. Промысловые синдикаты или предпринимательские союзы для регулирования производства преимущественно в Соединенных Штатах Северной Америки. СПб., 1895. 459 с.
17. Decret № 53-704 du 9 aout 1953 relatif au maintien ou le retablissement de la libre concurrence industrielle et commerciale (J.O.v. 10.8.1953, p. 7045). URL: <http://www.autoritedelaconurrence.fr/user/index.php>

ВОЗБУЖДЕНИЕ УГОЛОВНОГО ДЕЛА: ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ПРАВОПРИМЕНЕНИЯ

Самсонов Иван Олегович

студент,

юридический факультет, направление подготовки:

Уголовный процесс, криминалистика и судебная экспертиза,

теория оперативно-розыскной деятельности,

Волгоградский институт управления – филиал

Российской академии народного хозяйства

и государственной службы при Президенте

Российской Федерации,

РФ, г. Волгоград

Колосович Марина Сергеевна

канд. юрид. наук, проф.,

Волгоградский институт управления – филиал

Российской академии народного хозяйства

и государственной службы при Президенте

Российской Федерации,

РФ, г. Волгоград

INITIATION OF A CRIMINAL CASE: LEGAL REGULATION AND PROBLEMS OF LAW ENFORCEMENT

Ivan Samsonov

Student

of the Faculty of Law, field of study:

Criminal procedure, criminalistics and forensic examination,

theory of operational investigative activity

Volgograd Institute of Management – branch

of the FGBOU RANEPА under the President

of the Russian Federation,

Russia, Volgograd

Marina Kolosovich

Supervisor, Candidate of Legal Sciences, Professor,

Volgograd Institute of Management – branch

of the FGBOU RANEPА under the President

of the Russian Federation,

Russia, Volgograd

Аннотация. Уголовное судопроизводство в последнее десятилетие подвержено постоянному изменению в целях его всестороннего совершенствования, что влияет на пересмотр многих вопросов, в том числе касающихся стадии возбуждения уголовного. В данном ключе, автором исследованы две позиции ученых о сохранении стадии возбуждения уголовного и ее исключение, ввиду того, что в настоящее время она потеряла своей значимости, так как перестала выполнять возложенные на нее законодателем задачи. В связи с чем освещены главные проблемы правоприменения уголовно-процессуальных норм, регламентирующих стадию возбуждения уголовного дела.

Abstract. Criminal proceedings in the last decade have been subject to constant change in order to improve it comprehensively, which affects the revision of many issues, including those con-

cerning the stage of initiation of criminal proceedings. In this vein, the author investigated two positions of scientists on the preservation of the stage of initiation of criminal proceedings and its exclusion, due to the fact that at present it has lost its significance, since it has ceased to fulfill the tasks assigned to it by the legislator. In this connection, the main problems of law enforcement of criminal procedural norms regulating the stage of initiation of a criminal case are highlighted.

Ключевые слова: частное обвинение, публичное обвинение, частно-публичное обвинение, уголовное преследование, возбуждения уголовного дела.

Keywords: private prosecution, public prosecution, private-public prosecution, criminal prosecution, initiation of criminal proceedings.

С принятием УПК 1922 года произошло резкое изменение порядка возбуждения уголовного дела. Данная стадия получила новое уголовно-процессуальное наполнение, в связи с чем именно этот момент стоит взять за начало активного изучения проблем правового регулирования и проблем правоприменения норм, регламентирующих такую стадию как возбуждение уголовного дела. В настоящее время сформировался подход следующего характера: стадия возбуждения уголовного дела – это первая стадия уголовного судопроизводства, которая дает толчок в развитии предварительного расследования. Она имеет определенную ценность, которая исходит из возложенных на нее законодателем задач следующего характера: фиксирование следов преступления, построение следственных версий, способствующих дальнейшему грамотному и своевременному разрешению дела, определения круга лиц, подлежащих в инкриминируемом деянии [1, с. 40]. Из этого следует вполне оправданный вывод, что стадия возбуждения уголовного дела способна определить ход дела, в связи с чем требуется четкая правовая регламентация и соблюдение всеми субъектами уголовного судопроизводства положений уголовно-процессуального закона, особенно это касается следователя и дознавателя, которые и осуществляют проверку поступившей информации о совершенном или совершающемся преступлении.

Анализ имеющихся законодательных норм, посвященных стадии возбуждения уголовного дела и практика многочисленных случаев нарушения прав и законных интересов лиц на данной стадии свидетельствует об одном – отсутствует полноценная и всесторонняя регламентация данного этапа уголовного судопроизводства.

На практике отмечается, что моментом возбуждения уголовного дела является факт вынесения постановления о привлечении лица в качестве обвиняемого. Именно в данном положении виднеется одна из главных проблем правоприменения, ввиду отсутствия необходимого эффективного правового регулирования данной стадии. Впервые, данный проблем был активно исследован М.С. Строговичем, отметивший важный факт – если считать моментов возбуждения уголовного дела постановлением о привлечении лица в качестве обвиняемого, то происходит смешение границ между уголовным преследованием и обвинением, что приведет к еще большим проблемам не только в теории, но и в правоприменительной практике. Ученый предложил за момент возбуждения уголовного дела считать наличие двух условий: юридического характера и фактического характера. М.С. Строгович также связывал процессуальную фигуру «обвиняемый» со стадией возбуждения уголовного дела [2, с. 194]. Он считал, что, если обвиняемый есть, значит имеется повод для возбуждения следователем уголовного дела. Ввиду чего, статус обвиняемого дает толчок в развитии стадий уголовного процесса, особенно в смене возбуждения уголовного дела и начало предварительного расследования.

Вторая проблема кроится в том, что многие ученые считают, что необходимо попросту отказаться от стадии возбуждения уголовного дела, что в свою очередь повлечет устранению проблем в правоприменительной практике. Об этом свидетельствует, что за последнее время были внесены кардинальные изменения в гл. 19 и 20 тринадцатую федеральными законами, которые в том числе касались порядка учета сообщений о преступлении и об усилении надзора за законностью принятых на стадии возбуждения уголовного дела решений, особен-

но об отказе в возбуждении уголовного дела. Помимо федеральных законов, также были изданы совместные приказы МВД России, СК РФ, ФТС РФ, Минобороны, ФССП и МЧС и др. Казалось бы, цель в устранении пробелов в правовом регулировании исследуемой стадии могла быть достигнута за счет внесения изменений, однако произошел обратный эффект – возникло еще больше вопросов, один из которых состоит в следующем – почему в уголовное судопроизводство оказалось включена в том числе и непроцессуальная деятельность.

Это еще больше усилило позицию ученых об исключении из законодательства этапа возбуждения уголовного дела и после поступления сообщения о преступлении незамедлительно начинать предварительное расследование [3, с.63]. Как считают ученые, данный этап лишь затормаживает начало собирания «полноценных» доказательств с использованием всех методов и средств доказывания, предусмотренные уголовно-процессуальным законом [4, с.21]. И к тому же, в юридической литературе не раз было отмечено, что стадия возбуждения уголовного дела лишь затягивает расследование уголовного дела, так как имеет место проблема бесконечных сроков доследственной проверки, и выделение 3 суток на проверку сообщения ничем неоправданно и приводит лишь к потере наиболее значимых доказательств [5].

Не теряет своего приоритета и проблема уведомления заявителя о решении, принятом по итогам проверки сообщения о преступлении, что регламентировано ч.2 ст. 145 УПК РФ. Лицу, также сообщается право на обжалование данного решения. Как показывает практика, очень часто заявители так и остаются в неведении об итогах доследственной проверки, да и получить копию постановления о возбуждении уголовного дела не становится таким простым. Отказ следователя в данном случае является существенным нарушением требований законодательства и препятствует реализации конституционного права заявителя на судебную защиту.

Подводя итог необходимо отметить, что исключении этапа возбуждения уголовного дела из уголовного судопроизводство не решит все проблемы. К тому же, его значимость можно подтвердить двумя аргументами: во-первых, на стадии возбуждения уголовного дела принимается два важных процессуальных решения: о возбуждении уголовного дела и об отказе в возбуждении уголовного дела, а во-вторых, исключение данной стадии не изменит того факта, что необходимо установить признаки преступления и выявить основания для дальнейшего проведения предварительного расследования. И если исключить данную стадию, то эти два важных пункта должны будут исполняться на другом этапе – предварительном расследовании, что в свою очередь усложнит процесс расследования преступления.

Список литературы:

1. Маркова Т.Ю. Проблемы правоприменения, с которыми адвокату приходится сталкиваться в стадии возбуждения уголовного дела // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина. 2017. №12 (40). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-pravoprimeneniya-s-kotorymi-advokatu-prihoditsya-stalkivatsya-v-stadii-vozbuzhdeniya-ugolovnogo-dela> (дата обращения: 07.05.2022).
2. Строгович, М.С. Курс советского уголовного процесса. В 2 т. Т. 1. Основные положения науки советского уголовного процесса / М.С. Строгович. – М. : Наука, 1968. С. 194.
3. Кожокар В.В. Отказ в возбуждении уголовного дела: правовые мифы и реалии правоприменения // Вестник Московского университета МВД России. 2015. № 3. С. 63–66.
4. Александров А.С., Грачев С.А. Проект нового порядка открытия уголовного расследования по сообщению о преступлении // Уголовный процесс. 2015. № 7. С. 14–21.
5. Россинский С.Б. Возбуждение уголовного дела как автономная стадия российского уголовного судопроизводства: за и против // Вестник Уральского юридического института МВД России. 2021. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozbuzhdenie-ugolovnogo-dela-kak-avtonomnaya-stadiya-rossiyskogo-ugolovnogo-sudoproizvodstva-za-i-protiv> (дата обращения: 07.05.2022).

PAPERS IN ENGLISH

RUBRIC

«SOCIOLOGY»

THE IMPACT OF MARKETING MIX ELEMENTS ON CONSUMER BUYING BEHAVIOR IN BOOKSELLING INDUSTRY

Aidana Shakhmet

Student,

Istanbul Aydin University,

TR, Istanbul c.

Bookselling is a very specific field of activity, like publishing, the marketing model is transformed into a specific one in the field of entrepreneurship. The publishing business, the entrepreneurial activity of the book trade, in addition to the production and material nature, is also spiritual, social with an impact on cultural processes and even socio-political ones within the country. After all, the main product of this production is such an unusual product as a book. Any book production becomes either a product or a service in the eyes of the consumer – from an adult, regardless of the type of activity, to a child. However, there is a lot of missing information in the marketing of publishing and book sales. After all, the need to purchase books ranges from cognitive needs to the need to search for information, sometimes the motive can be entertaining. Thus, the marketing of bookselling industry can be viewed as a specific type of professional activity, with the aim of promoting book products on the international market and providing intellectual inquiries. However, the relevance of the applied marketing mix remains as a critical element for companies to grow as they adapt to the changing environment.

The study examined various features of the competitiveness and marketing strategies adopted by bookselling companies, which makes it possible to identify the advantages and disadvantages of certain representatives, as well as to identify the most successful of the strategies

The research objectives followed the examination of the relation between marketing mix elements adopted by book trade companies and their impact on consumer buying behavior. It inquired as well the tendency for consumers to be inclined buying books online and offline. The problems of marketing research, its content and functions are by no means simple and cause rather desperate disputes, both among scientists and among marketing practitioners. Therefore, the necessity of forecast appears regarding changes in the market situation in order to make informed marketing decisions. After all, marketing is on the desire to achieve consistency between the potential of the producer and the needs for the products to meet customers' satisfaction and increase bargains.

The need for marketing research is entirely obvious. It proceeds from the fact that the management of any company, firm at the process of making marketing decisions, must choose the most effective of them, combining the maximum possible levels of efficiency and risk. By obtaining the necessary information in advance, the possibility to avoid potentially expensive mistakes before the costs become significant appears, therefore the res pond may come in a timely manner to the efforts of competitors; remove a product that is unpromising in a given situation from production, etc.

The need to develop marketing solutions in conditions of uncertainty and risk is the most important factor, which determines the need and importance of constant and active marketing

research. Significant marketing research that relates to the main directions of the company's marketing policy, changes in its position in the market, etc., is best entrusted to specialized organizations that have highly professional specialists at their disposal. After all, the need for market research does not necessarily mean that a huge amount of money must be spent. It all depends on the scope of the study, which, in turn, is determined by the complexity of the tasks that the company's management needs to solve using the received information.

The concept of the marketing mix was chosen because it contains factors to improve the performance of companies. In the event of difficulties with the promotion of products, or the discovery of more effective activities to attract a large flow of customers, it is necessary to calculate and analyze all the elements. To promote products and create an effective strategy, it is necessary to choose the right marketing course to identify products and place them on the market to increase company profits and influence the solution of product marketing objectives.

A product that must represent consumer expectations and meet their preferences. The product is always the base element. The product must always be competitive, where quality is a key factor to meet the needs of the consumer. If we take the life cycle of a product separately, then there should be an understanding that each product is separated by a certain segment for which it appears on the market until the moment it ceases to be sold. Its life cycle shows sales volume indicators, where it is determined by the following stages: sales start, growth, saturation and decline. At the implementation stage, only a small increase in sales is possible, a possible loss due to the initial costs of promoting the product [3, pp. 539-541].

Value for money, where the main principle is the willingness of the consumer to pay for his needs, taking into account the availability and quality of the finish of the goods. Price always affects the success in the sale of goods. Setting a low cost will not always be a winning indicator in the turnover, however, setting a high price does not contribute to the guaranteed success of the enterprise. In such cases, it is necessary to consider the prices of competitors and the price of the expected profit, because the consumer is exploring several alternatives to the same product, and quality will play an important factor in such a case [3, pp. 664-665].

Place is represented by a platform or location with the ability to make purchases, located or in shopping centers, in stationary stores, kiosks, on websites. Here, individual consumer preferences should be taken into account. After all, the key factors will play on the availability of the product. The correct location of the goods contributes to the correct navigation in the store, the ability to manage hot and cold points of sale [3, pp. 871]. If on the example of bookstores – the genre of non-fiction will always occupy the far shelf in the back corner, because this product is a focal one, for which consumers who know their purchase come in advance. However, there will be bestsellers with eye-catching covers at the checkout counters and at the entrances to create an impulse buying opportunity.

For promotion as marketing mix element – identifying channels for product promotion and advertising to build relationships and communication with customers is considered to be necessary. An important factor will be increasing the information content of consumers at all sales cycles and sending visual messages about current or seasonal promotions. Promotion is carried out through direct marketing channels, promotions for consumers, and specialized events [3, pp. 759-764]. Books advertising takes place on the showcases of stores, on the banners, mailing for subscription, rarely appears on social medias.

People as marketing mix element is included in 5p model. It shows an involvement of employees in marketing activities, hiring and training specialists to provide services on trading floors. For the sake of meeting customer expectations and providing them with specialized product assistance, it contributes to their satisfaction and increases the chances of maintaining loyalty to the store. Each employee of the store is the face of a particular brand, they represent the entire culture of the store. In addition to the assortment, sellers need to know, in addition to the assortment, the sub-genre classification of shelves, the proper cleaning of books, information about current promotions and discounts, perform thematic calculations and timely re-evaluation of goods.

However, some respondents pointed about their preferences of buying books online to avoid interaction with personnel and people in general at book purchase [2, pp. 241-247].

The most demanded type for marketing strategies will be the study of consumer behavior, where marketers study the complete portrait of the consumer, his behavior during shopping, his needs, emotional reactions, triggers and psychological reactions, including factors that influence the behavior of consumers. To meet expectations their target audience, financial capacity of the consumer and degree of satisfaction, companies need to inquire information about consumers to improve quality and develop effective development strategies [4, pp. 3-35].

The main point of studying consumer buying behavior is to determine the whole picture of socio-demographic information and analyze the consumer. In addition to collecting information on demographics, social status and behavioral characteristics, this also includes data on the frequency of purchases, consumption channels, place of purchase, and features of purchasing behavior. To optimize advertising costs and beneficial coordination with the target audience, companies need to plan and conduct effective marketing campaigns for a specific segment based on the information collected [1, pp. 74].

Marketers also use customer opportunity research to study the needs of existing customers. This includes the willingness to pay for a particular product and services on the part of consumers, their financial capabilities, expectations. Often consumers put emphasis on the ratio of quality and price. Data collection requires optimization of all trade offers.

Methodology: the most appropriate approach that can be applied in this study is deductive, because the study itself opens with the question – which marketing mix element has a significant influence on consumer buying behavior – which seeks to get more specific answers to questions after generalizations. This study aims to identify the most relevant marketing mix that has the most impact on bookstore consumers in a questionnaire designed for respondents from around the world who visit different bookstores, including their online purchasing experience. Quantitative methods provide much more scientific data, but their problem lies in the fact that they are quite difficult to apply in the context of realities.

In this study, the method of collecting primary data and for the statistical procedures was used software Statistical Package for Social Science, the questionnaire was distributed online in the social network. In the study, random sampling was selected since there was no loss of choice of the population according to the criteria, from which each individual in the population departs. The advantage of selection it comes from avoidance from classification error.

5-point Likert scale analysis was held, where for answers were selected anchor of (1) strongly disagree to (5) strongly agree: 25 questions included in the questionnaire were based on customer evaluation of marketing mix elements at the bookselling field. The first section enabled demographic information of the respondents – their sex, age, occupational status and monthly level income, second section was for descriptive evaluation of reading behavior and had more introductory part of the questionnaire. Third section required respondents to evaluate their perception of marketing mix elements, which influence on their buying behavior; this section was divided in accordance of 5P model of Marketing Mix: Product, Price, Place, Promotion, People. The questions were asked in terms to examine perception of customers towards the influence of marketing mix factors applied at local bookshops and online experience.

Findings and results: for every company, the main interest is the effective management of marketing activities. To implement them within the framework of a market opportunity, it becomes necessary to develop an effective marketing mix strategy and successfully apply it. Two categories of books purchasers were considered in the survey – online buyers and buyers of traditional stores (35% by 75%, total number 100). The analysis reveals the most attractive elements of the marketing mix to customers of both categories, which leads the study to the usefulness for its further use within the framework of increasing the opportunities of companies – the data obtained to indicate the following: the greatest value for consumers are the books themselves, their availability, variability and content. Section of the product as marketing mix element indicated a significant impact on consumer buying behavior (p-value equals to 0.000, which is less than 0.05, showing the

rejection of null hypothesis, indicating a strong relationship between product as a marketing mix element and consumer buying behavior). The frequency of purchasing stands for the strong interest of particular book or author, bright design attracts the attention; the importance of the content plays a key role. Customers value large scale of assortment, even though they would come to the traditional bookstore for the particular piece and the quality of the paper and ink. From the results of survey, low values for respondents were indicated by the price, place, promotion and people element, only a small percentage of buyers purchase books depending on their price, if there is an interest in the book itself, the price plays a secondary role in the acquisition for majority of respondents. Despite the expectations of offered seasonal discounts or special discounts as (2+1) – respondents did not indicate it would significantly play role at their purchasing behavior. Even for those who selected the preferable type of book purchasing online passively reacted that the prices online for books are cheaper. Only few respondents pointed about preference to purchase books in soft cover due to their cheap price, though worse quality, but a bit compact design. Relatively fewer respondents noted the importance of bookstore location and atmosphere, including coffee shop availability inside. Collected findings show insignificance of impact between place marketing mix strategy (p-value is 0.254, which is greater than 0.05).

A small percentage is devoted to bookstore promotions, almost no one follows mailing lists and offers of ongoing promotions, and almost no one is interested in notifications about meetings with book authors. No significant influence appears between promotion marketing mix strategy and consumer buying behavior (p-value is 0.113, which is greater than 0.05), which shall be taken for bookselling companies on account.

In relation to the staff, there are also no significant indicators; some of the respondents deliberately avoid contact with people, preferring to purchase books online. There is no significant impact of people marketing mix strategy on consumer buying behavior (p-value=0.925, which is greater than 0.05).

It should be noted that companies are required to maintain a wide range of book assortment, including related products in order to increase financial turnover. In order to get more profit and a strong position in the market, it is important to pay attention to the existing content of books. With the support of such a strategy, companies will be able to maximize profits and attract more buyers for further development opportunities in today's market conditions.

According to the study, it can be determined the need to work on improving the visibility of existing stores and their brand names, as well as development of reading habit among a greater part of the population. It would allow customers to learn about the benefits offered by certain stores, which will develop their image. Because the most important characteristic of existing stores are books, for new stores it is necessary to work on the availability and abundance of books.

At the moment, the main problem of bookselling industry is the reduction in the amount of reading, the targeting of bookselling, the blurring of the book segment, as well as the increase in online bookselling.

References:

1. Burnett J. Core concepts of marketing [Book]. – Switzerland, Zurich: Jacobs Foundation, 2008. – 4: Vol. 10. – pp. 74-92.
2. Judd V. Differentiate with the 5th P: people [Article] // Industrial Marketing Management Vol. - 1987. – 4: Vol. 16. – pp. 241-247.
3. Kotler P., Armstrong G., Saunders J., Wong V. Principles of marketing [Book]. 5th edition. – England, Harlow: Prentice Hall, 2005. – Vol. 8. – pp. 535-874.
4. Solomon M., Bamossy G., Askegaard S., Hogg M. Consumer Behavior [Book]. 3rd edition. – Harlow, England: Prentice-Hall, 2002. – 1: Vol. 5. – pp. 3-35.

RUBRIC

«ECONOMICS»

NEW OPPORTUNITIES FOR INTERNATIONAL MARKETING IN THE ERA OF DIGITALIZATION

Daria Kononenko

*Student,
Saint-Petersburg State University,
Russia, Saint Petersburg*

Irina Vorobieva

*Scientific supervisor, candidate
of economic sciences, Associate Professor,
Saint-Petersburg State University,
Russia, Saint Petersburg*

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Кононенко Дарья Сергеевна

*студент,
Санкт-Петербургский государственный университет,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Воробьева Ирина Валентиновна

*Научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Санкт-Петербургский государственный университет,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Abstract. The article identifies the most significant advantages of digital transformation and their impact on the field of international marketing. Based on statistical data, the paper compares the volume of e-commerce in the five leading countries. The main attention is paid to the analysis of the impact of digitalization on international marketing mix and its strategies.

Аннотация. В статье рассмотрены наиболее значимые преимущества цифровой трансформации и их влияние на сферу международного маркетинга. На основе статистических данных в работе сравниваются объемы электронной торговли в пяти ведущих странах-лидерах. Основное внимание уделяется анализу влияния цифровизации на международный маркетинговый комплекс и его стратегии.

Keywords: marketing mix, international marketing, digital economy, e-commerce, marketing strategies.

Ключевые слова: комплекс маркетинга, международный маркетинг, цифровая экономика, электронная коммерция, маркетинговые стратегии.

Advances in information, communication and transport technologies, combined with the intensive use of the Internet and social networks on a global scale have led many firms to increasingly overcome the barriers they face when working outside national borders. New digital

technologies have truly revolutionized the way firms conduct their business abroad, providing significant assistance in finding, targeting, servicing and communicating with customers in any part of the world.

The new digital era can benefit firms operating or wishing to operate in the international market by establishing and maintaining business relationships with customers in various foreign markets, regardless of economic, political, cultural or other differences. In addition, digitalization contributes to the collection of reliable and useful information about customers, competitors and environmental factors in different countries, thus helping make more informed international marketing decisions. Another advantage is faster and cheaper management of cross-border business operations, which increases firm's competitive advantages and improves financial performance. It is also worth noting the simplification of international business, which can be carried out, for example, through electronic data transmission, electronic payments and online export assistance [3].

Firms can use digital technologies and tools as a means of circumventing various barriers that may be associated with analyzing foreign markets, identifying foreign opportunities, as well as interacting with foreign customers. This is due to the fact that, unlike the traditional method adopted in foreign market activities, the introduction of a digital approach to international business is less expensive and risky when working in foreign markets, while transactions with foreign clients are carried out more smoothly. The digital approach also helps to weaken the deterrent effect of various geographical and psychological constraints, which allows the company to work more competently in diverse, complex and remote markets [7].

It is worth noting that the interest in international marketing strategies in the digital era is primarily associated with the constant growth of e-commerce (Figure 1).

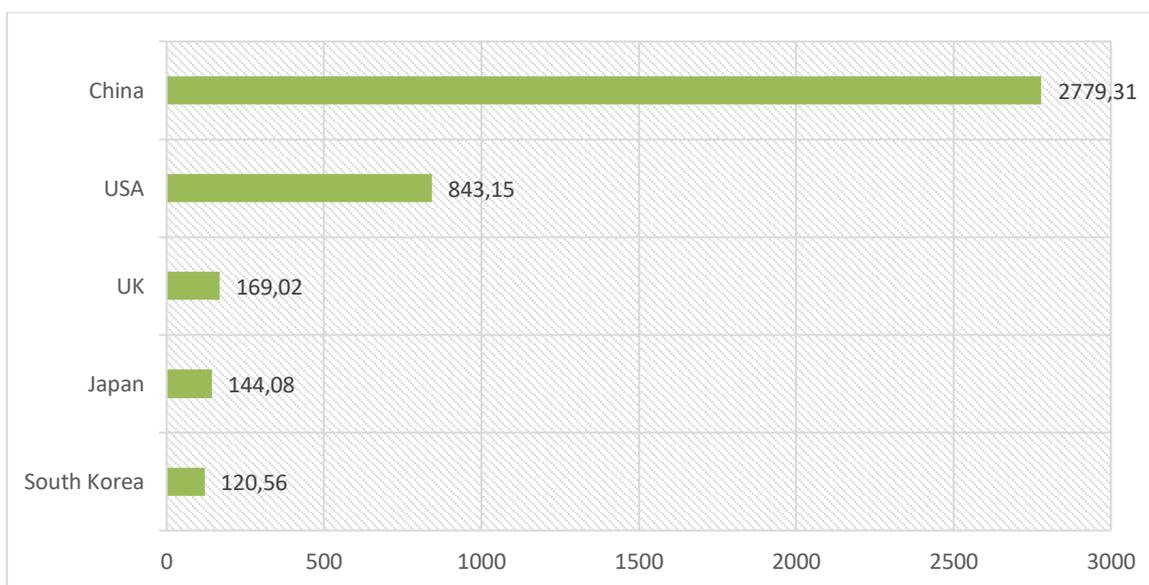


Figure 1. Five largest e-commerce markets in 2021, billion dollars Source: [5]

China is the world's biggest e-commerce market with volume of \$2779.31 billion online sales in 2021. China is also one of the fastest growing e-commerce markets. The US e-commerce market size was \$843.15 billion, which is less than a third of that of China's. After China and the US, the country with the third largest e-commerce market size is the United Kingdom. Total e-commerce sales in the UK were \$169.02 billion in 2021. Two other Asian countries wrap up the list of the five largest e-commerce markets: Japan brought in \$144.08 billion in e-commerce sales, while South Korea accounted \$120.56 billion. As it stands, three out of the five biggest e-commerce markets are in Asia. Coupled with the fact that the Asia Pacific region makes up 62.6 percent of the global e-commerce size, this is perhaps a reflection of the region's e-commerce potential. This makes it an important market for e-commerce store owners to focus their efforts on.

Due to the growth of e-commerce in different countries and the increasing interest in promotion via the Internet, it is also necessary to identify the impact of digitalization on international marketing mix and its strategies. International marketing mix involves the usage of different marketing instruments to achieve positive financial results by company operating on international or global markets. These instruments include: product, price, distribution and promotion.

Talking about international product strategy, it should be mentioned that in the past, international firms had to make a specific choice between standardization of products and their adaptation. However, with the advent of digital technologies, firms can now be more flexible, simultaneously applying both strategies, while focusing on different segments of foreign markets. Today, many firms (for example, Nike, Marks & Spencer) also use mass customization strategies when selling in various foreign markets, thanks to which firms can combine the advantages of both standardization (for example, achieving economies of scale) and adaptation (for example, meeting certain customer needs), thus creating competitive advantages in the international market.

Digitalization can also help in the development of new products and services through online support of innovative developments provided by other firms or offers from foreign buyers from different countries [4]. The usage of the «crowdsourcing» method in social networks, which involves obtaining the collective knowledge of large groups of foreign clients in order to provide ideas about new products and improvements to existing ones, is increasingly gaining momentum among international marketers.

Digitalization can also contribute to strengthening the brand's credibility in international markets, through attractive websites, interesting content on social networks and targeted viral positive messages of the company. All these digital strategies are used to increase customer awareness, brand reputation and image, as well as to increase customer satisfaction and loyalty in many countries [2].

As about international pricing strategy, in this case the Internet provides the company with a useful environment for tracking the retail prices of its competitors in different countries. At the same time, international competitors have the opportunity to track the company's prices and how they are adjusted in each country. This fact implies the development of pricing strategies aimed at competing for a large share of the international market, taking into account the strategies, movements and reactions of competitors in the global market.

Using Internet technologies, the firm is also able to change its prices in international markets faster and at more frequent intervals [6]. Digitalization can also help a firm to identify and combat situations where resellers in international markets are trying to significantly differentiate their prices from those originally agreed, thereby contributing to achieving and maintaining greater standardization of prices both within and between countries.

Digitalization has also affected international distribution strategy. The transition to the D2C (Direct to Consumer) model in B2C markets (Business to Consumer) affects how international companies not only design, create and evaluate, but also distribute their products and services. D2C marketing eliminates the need for expensive distributors, however, in some industries (including highly regulated ones) distributors will still be needed as they help brands meet standards and provide quality assurance. At the same time, the D2C trend is becoming more widespread, including those areas of activity where no one expected it.

The strategy of international promotion has also undergone changes due to digitalization, since many leading local and international companies started to use various digital marketing tools to promote their products and services in social networks:

1. Content marketing. In 2022, high-quality content marketing is still working well. Almost all large companies have their own blogs, where they share useful and relevant information, showing expertise in the chosen niche. This causes an increase in user trust and increases brand awareness. Blog readers are potential customers. It is easier to warm up such an audience, because a person is more likely to buy goods from a company whose blog he regularly reads than from an

unknown company. According to Demand Metric research, content marketing is 62% cheaper than traditional marketing, but at the same time generates 3 times more customers.

2. Microinfluencing (influence marketing). Up to and including 2020, classic influencing was in the trends, when firms tried to get advertising from popular bloggers with an audience of millions. However, despite the huge coverage of advertising records, the results were not always positive, since there was no exact hit to the target audience. From 2021, microinfluencing replaced the marketing of influence, when advertising is purchased from bloggers with a small audience within 10 000 – 100 000 subscribers. Channels of a narrow subject corresponding to the promoted product are selected. As a result, the conversion rate is higher with less coverage and financial costs.

3. Interactive content. Users' interest in interactive content has been growing since 2016, when the first online quizzes and other similar projects began to appear on the network. Such content is attractive because users can actively interact with it, and not just read and watch. Types of interactive content are quizzes and quizzes, tests and online surveys, simple games, slide show, constructors.

4. Omniquality. The trend implies an increase in the number of points of contact with users. Today it is not enough to have only one channel to attract customers, it's important to develop and support several directions at once, and to combine information from all channels into a single system. For example, a person buys an online school course after seeing an ad. It can be assumed that it was the advertising campaign that gave the result and brought the sale. However, earlier the client studied the company's blog, was subscribed to the social network page, participated in free webinars. Only all actions together led to the result [1].

By implementing international marketing strategies based on digital technologies, firms can gain many advantages, including achieving economic efficiency, entering specific markets, spreading news through social networks, increasing brand credibility, as well as increasing sales and profits. Firms can also establish contacts with customers on a global scale, as well as attract new customers through continuous interaction aimed at achieving their marketing goals for each foreign country.

Thus, by combining digital and traditional approaches, the firm will be able to build positive, long-term and valuable relationships with customers around the world, thereby gaining competitive advantages.

References:

1. Digital Marketing tools: trends 2021. [Electronic resource] /- access mode: <https://www.insales.ru/blogs/university/instrumenty-digital-marketinga> (accessed: 12.08.2022).
 2. Gao, H., Tate M., Zhang H., Chen S., and Liang B. Social media ties strategy in international branding: An application of Resource-based theory // *Journal of International Marketing*. 2018. – №3(26). – pp. 45-69.
 3. Gregory, G.D., Ngo, L.V. and Karavdic, M. Developing e-commerce marketing capabilities and efficiencies for enhanced performance in business-to-business export ventures // *Industrial Marketing Management*. 2017. – № 3(78). – pp. 146-157.
 4. Marchi, G., Giachetti, C. and de Gennaro, P. Extending lead-user theory to online rand communities: The case of the community Ducati // *Technovation*. 2011. – №8(31). – pp. 350-361.
 5. The 10 Largest E-Commerce Markets in the World by Country. [Electronic resource] /- access mode: <https://www.business.com/articles/10-of-the-largest-ecommerce-markets-in-the-world-b/> (accessed: 13.08.2022).
 6. Quelch, J.A. and Klein, L.R. The Internet and international marketing // *Sloan Management Review*. 1996. – №3(37). – pp. 60-75.
- Yip, G. and Demster, A. Using the Internet to enhance global strategy // *European Management Journal*. 2005. – №1(23). – pp. 1-13.

Электронный научный журнал

СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ

№ 28 (207)
Август 2022 г.

Часть 2

В авторской редакции

Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 – 66232 от 01.07.2016

Издательство «МЦНО»
123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74

E-mail: studjournal@nauchforum.ru

16+

