

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА  
«НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»**



# **ЭКОНОМИКА В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ:**

**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ**  
СБОРНИК СТАТЕЙ X МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,  
СОСТОЯВШЕЙСЯ 5 ОКТЯБРЯ 2021 Г. В Г. ПЕНЗА

ПЕНЗА  
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»  
2021

УДК 001.1  
ББК 60  
Э40

Ответственный редактор:  
Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

Э40

**ЭКОНОМИКА В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ:** сборник статей X Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. – 112 с.

ISBN 978-5-00173-012-5

Настоящий сборник составлен по материалам X Международной научно-практической конференции **«ЭКОНОМИКА В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ»**, состоявшейся 5 октября 2021 г. в г. Пенза. В сборнике научных трудов рассматриваются современные проблемы науки и практики применения результатов научных исследований.

Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законодательства об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

Полные тексты статей в открытом доступе размещены в Научной электронной библиотеке **Elibrary.ru** в соответствии с Договором №1096-04/2016К от 26.04.2016 г.

УДК 001.1  
ББК 60

© МЦНС «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2021  
© Коллектив авторов, 2021

ISBN 978-5-00173-012-5

### Ответственный редактор:

Гуляев Герман Юрьевич – кандидат экономических наук

### *Состав редакционной коллегии и организационного комитета:*

**Агаркова Любовь Васильевна** – доктор экономических наук, профессор  
**Ананченко Игорь Викторович** – кандидат технических наук, доцент  
**Антипов Александр Геннадьевич** – доктор филологических наук, профессор  
**Бабанова Юлия Владимировна** – доктор экономических наук, доцент  
**Багамаев Багам Манапович** – доктор ветеринарных наук, профессор  
**Баженова Ольга Прокопьевна** – доктор биологических наук, профессор  
**Боярский Леонид Александрович** – доктор физико-математических наук  
**Бузни Артемий Николаевич** – доктор экономических наук, профессор  
**Буров Александр Эдуардович** – доктор педагогических наук, доцент  
**Васильев Сергей Иванович** – кандидат технических наук, профессор  
**Власова Анна Владимировна** – доктор исторических наук, доцент  
**Гетманская Елена Валентиновна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Грицай Людмила Александровна** – кандидат педагогических наук, доцент  
**Давлетшин Рашит Ахметович** – доктор медицинских наук, профессор  
**Иванова Ирина Викторовна** – кандидат психологических наук  
**Иглин Алексей Владимирович** – кандидат юридических наук, доцент  
**Ильин Сергей Юрьевич** – кандидат экономических наук, доцент  
**Искандарова Гульнара Рифовна** – доктор филологических наук, доцент  
**Казданиян Сусанна Шалвовна** – кандидат психологических наук, доцент  
**Качалова Людмила Павловна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Кожалиева Чинара Бакаевна** – кандидат психологических наук

**Колесников Геннадий Николаевич** – доктор технических наук, профессор  
**Корнев Вячеслав Вячеславович** – доктор философских наук, профессор  
**Кремнева Татьяна Леонидовна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Крылова Мария Николаевна** – кандидат филологических наук, профессор  
**Кунц Елена Владимировна** – доктор юридических наук, профессор  
**Курленя Михаил Владимирович** – доктор технических наук, профессор  
**Малкоч Виталий Анатольевич** – доктор искусствоведческих наук  
**Малова Ирина Викторовна** – кандидат экономических наук, доцент  
**Месеняшина Людмила Александровна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Некрасов Станислав Николаевич** – доктор философских наук, профессор  
**Непомнящий Олег Владимирович** – кандидат технических наук, доцент  
**Орбец Владимир Александрович** – доктор ветеринарных наук, профессор  
**Попова Ирина Витальевна** – доктор экономических наук, доцент  
**Пырков Вячеслав Евгеньевич** – кандидат педагогических наук, доцент  
**Рукавишников Виктор Степанович** – доктор медицинских наук, профессор  
**Семенова Лидия Эдуардовна** – доктор психологических наук, доцент  
**Удут Владимир Васильевич** – доктор медицинских наук, профессор  
**Фионова Людмила Римовна** – доктор технических наук, профессор  
**Чистов Владимир Владимирович** – кандидат психологических наук, доцент  
**Швец Ирина Михайловна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Юрова Ксения Игоревна** – кандидат исторических наук

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ</b> .....	7
IN THE FIELD OF INTERNATIONAL TOURISM – THE BIGGEST CRISIS IN HISTORY AZIZOVA NAZIRA TUXTAEVNA .....	8
СИСТЕМА ФИНАНСИРОВАНИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ ИНЮТИНА АННА ДМИТРИЕВНА, КОНДРАТКОВА ВИКТОРИЯ СЕРГЕЕВНА .....	11
<b>МЕНЕДЖМЕНТ</b> .....	14
BASIC THEORIES OF STAFF MOTIVATION KURBONOVA DILAFRUZ ANVARJON QIZI .....	15
НЕОБХОДИМОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА ГРЕБЕНЮК ИРИНА ИГОРЕВНА .....	18
ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ ДЛЯ ГОРНОДОБЫВАЮЩИХ КОМПАНИЙ ЕЛИНА НАТАЛЬЯ СЕРГЕЕВНА.....	21
ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ЗОЛОТУХИН СЕРГЕЙ РОМАНОВИЧ .....	24
ОТНОШЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ АВТОРОВ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ГИБКИХ МЕТОДОЛОГИЙ (AGILE) ПРИ УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТОМ МУХУТДИНОВА ДИАНА РАМИЛЕВНА .....	27
<b>МАРКЕТИНГ</b> .....	35
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ПОДДЕРЖАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ КАРАНДЕЕВА КСЕНИЯ АЛЕКСАНДРОВНА.....	36
ДИЗАЙН УПАКОВКИ КАК ЧАСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ДЕДОВА ДАРЬЯ ЕВГЕНЬЕВНА .....	39
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ОНЛАЙН-КАНАЛОВ ПРОДВИЖЕНИЯ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ МАРКАСОВА ОЛЬГА АЛЕКСАНДРОВНА, ХАТАНОВСКАЯ ИНГА ЮРЬЕВНА.....	45
<b>ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ</b> .....	49
БРЕНД И ОСОБЕННОСТИ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТА В БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ ШАГИНЯН ТАТЕВИК ВАЗГЕНОВНА.....	50

<b>БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ</b> .....	53
ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ: ВОЗМОЖНОСТИ ПРИЗНАНИЯ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ БУКИНА ЕКАТЕРИНА ЕВГЕНЬЕВНА .....	54
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В БАНКЕ ЛАШИН ВИКТОР АЛЕКСАНДРОВИЧ .....	59
ВОЗМОЖНОСТЬ НОРМИРОВАНИЯ ТРУДА НАУЧНЫХ РАБОТНИКОВ: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ МУЖАЙЛО НАТАЛЬЯ ВЛАДИМИРОВНА.....	62
<b>НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ</b> .....	65
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ СМИРНОВА АННА СЕРГЕЕВНА .....	66
ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В РОССИИ СМИРНОВА АННА СЕРГЕЕВНА .....	70
ВЫЕЗДНЫЕ НАЛОГОВЫЕ ПРОВЕРКИ КАК МЕТОД НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ ЧЕРТОПЯТОВА АННА СЕРГЕЕВНА, БОЛЬШАКОВА ДАРЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА .....	73
<b>МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ</b> .....	76
MIGRATION IN CENTRAL ASIA ISMAILOV ВАКНТИЙОР .....	77
<b>РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА</b> .....	80
THE RUSSIAN FINANCIAL CRISIS ZIKIRULLAEVA NILUFAR DILMUROD QIZI .....	81
ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА ОСЕТРОВА ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНА.....	84
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ АТАНЕСЯН РУСЛАН САМВЕЛОВИЧ .....	87
<b>ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА</b> .....	90
ЗНАЧИМОСТЬ СТРОИТЕЛЬСТВА ОБЪЕКТА СПОРТИВНОГО НАЗНАЧЕНИЯ В РАЗВИТИИ ГОРОДСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ГИЛАЗЕТДИНОВА АЛИНА ТАЛГАТОВНА .....	91
РЕЗУЛЬТАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ СВЕРДЛОВСКИМ ОБЛАСТНЫМ ФОНДОМ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ТАСКИНА ДАРЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА.....	94

<b>СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ .....</b>	<b>103</b>
ВНЕДРЕНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА В КОНТЕКСТЕ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ АГРАРНОГО СЕКТОРА РА АСАТРЯН ОГАННЕС СИМОНОВИЧ.....	104
<b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИОЛОГИИ .....</b>	<b>107</b>
АКТУАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ГИНЦ АЛЕКСАНДР ВИКТОРОВИЧ.....	108

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

UDC 33

# IN THE FIELD OF INTERNATIONAL TOURISM — THE BIGGEST CRISIS IN HISTORY

**AZIZOVA NAZIRA TUXTAEVNA**Senior teacher,  
Tashkent State University of Oriental Studies

**Abstract:** This article discusses the biggest crisis in the history of international tourism. The reasons for the sharp decline in the number of passengers on international routes in the context of the pandemic, as well as the factors influencing the growth of passenger traffic on domestic routes will be revealed. This article provides feedback and conclusions based on the reports of a number of international organizations, statistical indicators on tourism in Central Asia, and the study and generalization of a number of scientific articles.

**Key words:** tourism trends, international tourism, tourist flows, smart cities, smart places, tourism, travel and tourism competitiveness.

## В ОБЛАСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА – САМЫЙ КРУПНЫЙ КРИЗИС В ИСТОРИИ

Азизова Назира Тухтаевна

**Аннотация:** В статье обсуждается самый большой кризис в истории международного туризма. Будут выявлены причины резкого снижения количества пассажиров на международных маршрутах в условиях пандемии, а также факторы, влияющие на рост пассажиропотока на внутренних направлениях. В данной статье представлены отзывы и выводы, основанные на отчетах ряда международных организаций, статистических показателях туризма в Центральной Азии, а также на исследовании и обобщении ряда научных статей.

**Ключевые слова:** тенденции туризма, международный туризм, туристические потоки, умные города, умные места, туризм, путешествия и конкурентоспособность туризма.

Due to the pandemic, the number of travelers on international routes decreased sharply, but the volume of passenger traffic on domestic routes increased. Due to the pandemic, the number of cross-border air flights has sharply decreased. Even some of the revivals that emerged as a result of the easing of the quarantine regime in a number of countries in May did not change the sad picture.

In the first five months of this year, tourists made 65% fewer flights than in the same period of 2020, or 85% less from January to May 2019. In addition, the extent of the decrease in the number of incoming tourists varied depending on the region. If 71 and 81 percent less tourists came to America and Africa, respectively, then 83 percent in the Middle East, 85 percent in Europe and 95 percent in Asia-Pacific.

Overall, this year's (2021) "tourism" destinations are 147 million fewer than in 2020, 460 million fewer than the "before the pandemic" in 2019. A slight increase in tourist activity is only in May, an increase in the number of vaccinated citizens and against the background of reduced quarantine measures by a number of countries, it has been found that people's interest in international travel has somewhat recovered. But overall, that hasn't changed the situation. And this is not surprising, as 63 countries around the world have closed their borders for fear of the spread of new variants of the virus.

The World Tourism Organization believes that in 2021 there is no need to expect big changes. Although there is a revival in international tourist destinations, there is a risk that borders will be closed due to new strains of the virus. According to UNWTO experts, the solution to the problem depends entirely on the success



of the vaccination campaign, as well as the ability of countries to clearly coordinate their actions.

At the same time, domestic tourism contributes to the sustainable operation of the industry. This is especially noticeable in large countries where residents want to travel and the regions have something to offer them. Thus, the volume of passenger air traffic on domestic routes in the United States is constantly growing, in China and Russia it has exceeded the pre-crisis level.

Increasing attention to global trends is one of the current areas of new research and development in the field of tourism. The purpose of this study is to systematize the main modern features of tourism. To do this, the trends are grouped into three thematic groups:

1. International tourism: the dynamics of international arrivals, the geography of flows: the regional structure of international tourism and the core of the concentration of tourist flows, the emergence of "smart" routes (including "smart" cities).

2. Tourists, including new consumer groups.

3. Tourism industry: the main conditions, tasks and principles of development on the basis of identified tourism trends.

In terms of international tourist flows, the number of international tourists (overnight visitors) worldwide increased from 952 million (2010) to 1.461 million (2019).

The emergence of "smart cities" will contribute to the development of tourism, smart destinations. Thus, at the end of 2015, Barcelona was recognized as the number one "smart city" in the world; In 2017, Spain's network of smart cities consisted of 82 settlements. New York, London, Nice,

Singapore, Japan, China and South Korea are developing 'smart tourism': they are 'creating a rich information space that meets the needs of the tourist in real time in English or another language'.

The technological basis for the development of smart services is the universal availability of wireless mobile Internet, Bluetooth data transmission systems, Wi-Fi and the like, as well as the necessary information materials and applications for mobile phones: mini-atlases, travel guides, navigation programs, route guides, content and collaboration referral systems, and more.

The long-term trend of increasing the competitiveness of tourism around the world shows that the increase in competitiveness is primarily associated with the following six key indicators: air transport infrastructure, ICT readiness (ICT), price competitiveness, international openness, tourism priorities, protection and security.

In the context of active tourism growth (international tourism flow), increasing pressure on tourism infrastructure and services, the competitiveness of tourism can be seen as a strong driver of economic growth or a threat to further development, if the industry is not managed properly. The Travel and Tourism Competitiveness Index is published every two years and assesses the competitiveness of tourism around the world: 136 countries in 2017, 140 countries in 2019.

The results for 2019 show that as a result of improved air transport infrastructure, the capacity of routes and the number of airlines operating in selected countries have increased significantly. International openness is evolving and low-income countries are ahead.

Digital connectivity is supported by the growing number of Internet users, which means that many countries can now take advantage of the growing list of digital travel services. However, in the future, the demand for transport services, especially for aviation, may exceed infrastructure improvements.

The top 10 countries in terms of tourism development remain unchanged [25]: Spain, France, Germany, Japan, the United States, the United Kingdom, Australia, Italy, Canada, and Switzerland. Of these, only the UK has lost its position since 2017 (from 5th to 6th place), followed by the United States (6th to 5th place). The main advantages of leaders are related to the developed infrastructure, natural and cultural resources.

The competitiveness of tourism often leads to a significant increase in demand for travel and tourism. Given the projected growth in tourism over the next decade, public and private stakeholders have worked together over time to develop ways to sustainably manage the sector.

## References

1. Александрова А.Ю. Типы туристов//Международный туризм. Учебник. - М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с. Гл. 3. URL: [http://tourlib.net/books\\_tourism/aleks.htm](http://tourlib.net/books_tourism/aleks.htm).
2. Александрова А.Ю. Актуальные тенденции развития сферы туризма в глобальных городах мира // Современные проблемы сервиса и туризма. №2. 2015. Т.9. С.5–13. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-tendentsii-razvitiya-sferyturizma-v-globalnyh-gorodah-mira>.
3. Александрова А. Ю. Туристская поездка как сумма впечатлений // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. №3 (4). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskaya-poezdka-kak-summavpechatleniy>.
4. Афанасьев О.А. Экономика впечатлений в туристской индустрии: инновации и тренды отрасли // Современные проблемы сервиса и туризма. №2. 2019. Т.13. С.5–6. URL: <https://ru.calameo.com/read/00425107636233ce41f21>. Вестник ТвГУ. Серия "География и геоэкология". 2020. № 1 (29)
5. Вотцель Д., Кузнецова Е. Технологии умных городов: что влияет на выбор горожан? McKinsey Center for Government. Июль 2018. URL: <https://www.mckinsey.com/ru/~ /media/McKinsey/Industries/Public%20Sector/Our%20Insights/Smart%20city%20solutions%20What%20drives%20citizen%20adoption%20around%20the%20globe/smartcitizenbookrus.ashx>.

УДК 330

# СИСТЕМА ФИНАНСИРОВАНИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В ЭКОНОМИКЕ

**ИНЮТИНА АННА ДМИТРИЕВНА,**

магистрант кафедры «Финансы, налогообложение и бухгалтерский учёт»,

**КОНДРАТКОВА ВИКТОРИЯ СЕРГЕЕВНА**

к.э.н., доцент кафедры «Финансы, налогообложение и бухгалтерский учёт»

ФГБОУ ВО «Липецкий государственный технический университет»,

Россия, г. Липецк

**Аннотация.** В статье рассматриваются теоретические аспекты экономики здравоохранения, рассматриваются причины возникновения экономики здравоохранения как науки в нашей стране. Приводится взаимосвязь государства и экономики здравоохранения, рассматриваются уровни экономики здравоохранения (макро- и микроуровень). Также рассматриваются особенности рынка услуг здравоохранения и роль государства на рынке медицинских услуг. В статье рассматривается классификация моделей системы здравоохранения с описанием особенности каждой.

**Ключевые слова:** экономика здравоохранения, рынок медицинских услуг, макро- микроуровень, модели финансирования здравоохранения, особенности рынка услуг здравоохранения.

## THE SYSTEM OF HEALTHCARE FINANCING IN THE ECONOMY

**Inyutina Anna Dmitrievna,  
Kondratova Victoria Sergeevna**

**Annotation.** The article examines the theoretical aspects of the health care economy, examines the reasons for the emergence of the health care economy as a science in our country. The interrelation of the state and the health economy is given, the levels of the health economy (macro - and micro-level) are considered. The features of the healthcare services market and the role of the state in the medical services market are also considered. The article considers the classification of models of the healthcare system with a description of the features of each.

**Key words:** healthcare economics, medical services market, macro-micro level, healthcare financing models, features of the healthcare services market.

Процесс развития рынка способствовал появлению процессов коммерциализации в системе здравоохранения, в том числе и в нашей стране. В связи с этим стала развиваться наука, называемая «экономика здравоохранения». В целом развитие платных медицинских услуг, системы медицинского страхования повлияло на положение медицинских учреждений в экономике. Однако роль государства всё также остается важной, поскольку через обеспечение финансовыми ресурсами системы здравоохранения решается вопрос улучшения здоровья населения, что в свою очередь влияет на экономическое развитие. [1].

Эффективность системы здравоохранения отражается через повышение производительности труда, снижение заболеваемости, инвалидности, временной нетрудоспособности, превышение рождаемости над смертностью (естественный прирост населения). Однако на состояние здоровья населения также влияет благосостояние – это мера обеспеченности людей жизненными благами, средствами су-

ществования.

Благосостояние населения оценивается специалистами ООН через индекс развития человека. В данный показатель входят: доход на душу населения; среднюю продолжительность предстоящей жизни; младенческую смертность; уровень грамотности населения.

Итак, взаимосвязь экономики и здравоохранения проявляется следующим образом:

– влияние состояния здоровья и здравоохранения на уровень благосостояния населения и развитие экономики;

– влияние экономического развития общества на состояние здоровья людей и здравоохранение [4].

Уровень экономики здравоохранения включает в себя:

1. Макроуровень.

Это уровень экономических отношений в целом. Здесь рассматриваются отрасли, связанные со здравоохранением непосредственно (медицинская промышленность, медицинское образование, фармацевтическая промышленность, приборостроение, текстильная промышленность, транспортное машиностроение, строительство и т.д.), а также взаимодействие системы здравоохранения с государством и обществом в целом.

К макроэкономическому уровню относятся вопросы:

- нормативно-правовое регулирование экономических отношений в здравоохранении;
- формирование основных принципов экономики здравоохранения;
- разработка экономических методов и инструментов, действующих в системе здравоохранения.

2. Микроуровень.

Этот уровень включает в себя звенья и работников медицинских услуг.

К микроэкономическому уровню относятся вопросы:

- источники финансирования медицинского учреждения, направления использования данных источников;

- фонд заработной платы;
- стоимость медицинской услуги;
- нагрузка на медицинский персонал (трудовой вклад) [5]

Рынок услуг здравоохранения имеет характерные, отличительные особенности. Учёт данных особенностей создает более благоприятные условия для использования мер, оказывающих позитивное влияние на улучшение здоровья населения, а именно:

1) развитие рыночных отношений на данном рынке без должной регулирующей функции государства нарушает принципы доступности и равенства в получении медицинской помощи;

2) стандартизация лечебного процесса и соблюдение стандартов медицинской помощи являются важнейшими условиями обеспечения гарантии качества услуг здравоохранения.

Однако следует выделить ещё одну особенность рынка услуг здравоохранения, которая выражается через роль государства. Эта роль заключается в соблюдении следующего принципа: обеспечение доступности и сохранение равенства медицинской помощи.

Таким образом, выделяются следующие функции государства:

- финансирование социально значимой медицинской помощи;
- сглаживание негативных рыночных последствий, особенно в негосударственном секторе здравоохранения.

К тому же государству необходимо осуществлять контроль над эпидемиологической обстановкой, чистотой окружающей среды, вести санитарно-просветительскую работу, в том числе в области здорового образа жизни, формировать культуру медицинского обслуживания и т.д [2].

Каждое государство имеет свою историю развития экономики, ее особенности. Поэтому следует выделить следующие пять моделей здравоохранения:

- модель здравоохранения без государственного регулирования;
- модель здравоохранения с государственным регулированием программ ОМС для отдельных категорий граждан;
- модель здравоохранения с государственным регулированием программ ОМС для большинства

граждан;

- монопольная государственная модель здравоохранения;
- модель здравоохранения на основе всеобщего государственного медицинского страхования.

В странах с неустойчивыми политическими системами и переходной экономикой могут встречаться промежуточные формы (переходные модели), включающие элементы разных моделей.

Однако в современной экономической теории здравоохранения условно выделяют следующие модели финансирования здравоохранения:

1. Бюджетная (государственная).
2. Страховая (социально-страховая).
3. Частная (негосударственная, или рыночная).

Значительная роль государства характерна для первой модели. Также её забывают моделью Семашко-Бевеиджа. Система здравоохранения в этой модели финансируется через налоговые поступления, поэтому медицинские услуги оказываются населению бесплатно. Государственный бюджет является основным каналом финансирования, поэтому управление системой здравоохранения характеризуется высокой степенью централизации. Рынку отведена второстепенная роль, так как услуги оказываются государственными лечебно-профилактическими учреждениями (ЛПУ).

Вторая модель, модель Бисмарка, характеризуется как система регулируемого страхования здоровья. Данная модель сочетает в себе как государственное регулирование, так и частный рынок медицинских услуг. Программы обязательного медицинского страхования охватывают все или практически все население при соучастии государства в финансировании страховых фондов. Управление системой здравоохранения характеризуется децентрализацией. Большая часть услуг здравоохранения оплачивается в соответствии с обязательным перечнем. Хотя услуги оказывают медицинские учреждения разных форм собственности, преобладают частные медицинские организации.

В частной модели преобладают платные медицинские услуги, за счет частного страхования и личных средств граждан. Единая система государственного медицинского страхования отсутствует.

В системе здравоохранения ключевая роль отдана рынку, государство же решает те задачи, которые не способен взять на себя рынок: покрывает медицинское обслуживание социально уязвимых категорий граждан — безработных, малоимущих и пенсионеров [3].

Таким образом, между уровнем здоровья населения и состоянием экономики государства существует тесная взаимосвязь, изучением которой, в частности, занимается экономика здравоохранения.

Экономика здравоохранения в условиях рынка имеет свои особенности функционирования, где немаловажную роль занимает государство. Основные модели финансирования здравоохранения являются: бюджетная (государственная), страховая (социально-страховая), частная (негосударственная, или рыночная).

## Список литературы

1. Ильясова А.Р. Основы экономики здравоохранения [Текст]/ А.Р. Ильясова – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2019. – 86 с.
2. Решетников А.В., Шамшурина Н.Г., Шамшурин В.И. Экономика и управление в здравоохранении [Текст]/ А. В. Решетников, Н. Г. Шамшурина, В. И. Шамшурин – М.: Юрайт, 2021. - 328 с.
3. Омеляновский В.В. Максимова Л.В. Татаринов А.П. // Финансовый журнал. – 2014. – № 3. – С. 22-34.
4. Роль и место здравоохранения в экономике страны [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://helpiks.org/> (дата обращения: 05.09.2021).
5. Введение в экономику здравоохранения. Экономический анализ и эффективность здравоохранения [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://medstatistic.ru/>

# МЕНЕДЖМЕНТ

UDC 33

# BASIC THEORIES OF STAFF MOTIVATION

**KURBONOVA DILAFRUZ ANVARJON QIZI**Senior Lecturer,  
Management Development Institute of Singapore in Tashkent

**Abstract.** This article presents the main theories of employee motivation, which explore Maslow's pyramid of needs, Frederick Gertsberg's two-factor motivation theory, and David McClelland's high-level needs theory.

**Key words:** motivation, need, staff motivation, pyramid of needs, hygienic and motivating factors, theory of justice.

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРИИ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

**Курбанова Дилафруз Анваржон кизи**

**Аннотация.** В этой статье представлены основные теории мотивации персонала, в которых исследуются пирамида потребностей Маслоу, теория двухфакторной мотивации Фредерики Гертсберг и теория потребностей высокого уровня Дэвида Макклелланда.

**Ключевые слова:** мотивация, потребность, мотивация персонала, пирамида потребностей, гигиенические и мотивирующие факторы, теория справедливости.

**Introduction.** The activities of any company depend on how well the personnel perform their work duties. The employees' interest in good performance is the key to successful business development.

The basis of motivation as a way to increase labor productivity is the psychology of the subject. All psychological theories and methods that underlie the motivation system are aimed at forming an employee's intention to do a good job.

**Main part.** The demand for the introduction of employee motivation systems was formed in society at the beginning of the twentieth century. Competition in economic relations has intensified, which required the inclusion of all available mechanisms for increasing labor productivity, including the ability to reach new heights and gain potential for growth using the resources of the workforce.

In response to a request, scientific theory began to study the psychotypes of employees and tried to offer the business concepts that would maximize the use of the potential of employees to achieve the goals of the company. As a result, three groups of theories emerged that explain the emergence of needs and consider various use cases in order to increase the interest of workers in work.

The first group - meaningful theories of motivation, which try to find among human needs those that determine the attitude towards work. Among the authors of these theories are Abraham Maslow, David McClelland, Frederick Herzberg.

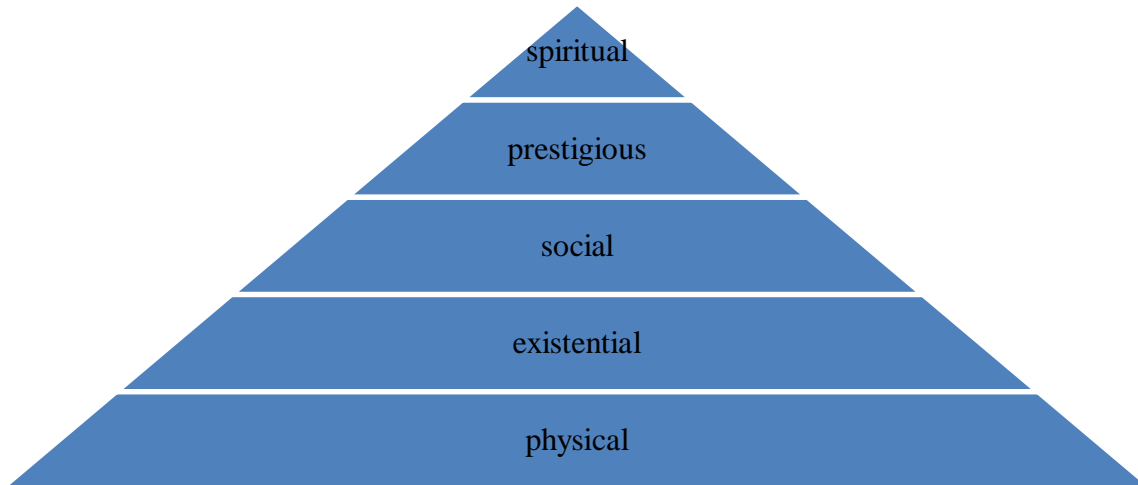
The second group is made up of procedural theories that study people's behavior based on their expectations, perceptions, and internal attitudes. Similar ideas were developed by John Adams, Victor Vroom, Lyman Porter, and Edward Lawler.

The third group includes theories that study the direct relationship of the worker to work, for example, the "Z" theory of William Ouchi or the "X" theory and the "Y" theory of Douglas McGregor.

The most popular theory that is taken as a basis for developing practical methods of motivation is Maslow's pyramid of needs. The founder of humanistic psychology proceeded from the concept of the hierarchy of human needs. At the base of the pyramid, he saw the physiological needs for food and sleep, and at the top - the developed needs of an accomplished person who needs self-realization, and self-realization does not always mean only promotion. Abraham Maslow suggested that after a person satisfies the needs of each lev-



el, his interest in improving personal effectiveness falls. To awaken interest, it is necessary to move on to meeting the needs of a higher level [1].



**Fig. 1. Maslow's pyramid of needs [2]**

Frederick Herzberg's two-factor theory of motivation is based on a different concept. He divided the needs of the employee into two groups: hygienic and motivating. In the first group, the psychologist included needs that relate to the elimination of negative factors associated with work. This is a salary sufficient to meet physiological needs, safe working conditions, good relations in the team, and the absence of pressure from the management. The term "hygienic" means in this case not so much the factor of proper working conditions as the factor of psychophysical hygiene, getting rid of unpleasant psychological moments. The second group of motivating factors is the need for satisfaction with the work process, for the existence of a system of assessment and recognition of merit, career growth, and other factors that determine success.

**Table 1**

**Hygienic and motivating factors in Herzberg's theory [3]**

Hygiene factors	Motivating factors
Organization and management policy	Success
Working conditions	Career advancement
Salary, social status	Recognition and approval of work results
Interpersonal relationships with the boss, colleagues and subordinates	High degree of responsibility
The degree of direct control over the work	Opportunity for creative and professional growth

David McClelland looked for the foundations of motivation in meeting only three top-level needs: power, success, and ownership. The priority need is the need for power, the ability to control the actions of other people and influence them, to determine the course of events taking place around and with the participation of the subject. The need to achieve success includes not only the desire to successfully meet the challenges posed, but also the need to take responsibility. The third need is the need for involvement, affiliation, or the establishment of social ties at different levels.

David McClelland's theory of motivation also overlaps with that of Abraham Maslow. However, it is rarely used to motivate staff, since the needs for power and success are characteristic of employees at the highest levels of the hierarchy [4].



In the concept of Viktor Vroom, for example, the effect of motivation does not occur on the basis of the employee's needs, but as a result of his reflections and correlation of the tasks set and the proposed motivating result, assessment of its reality and comparing it with the actual intentions of the individual. Within the framework of such a thought process, the result of which is the realization of the employee's internal motivation to work, four main points are distinguished:

expectation of achieving a certain quality of labor efficiency, depending on the efforts made;

expectation of a result that depends on the efficiency of the work;

instrumentation, or understanding that the quality of work, the achievement of results becomes the only tool for receiving the announced remuneration;

determination of the actual value of the reward: if the person considers it insignificant or inappropriate to the efforts, the level of motivation drops sharply.

The theory of justice, or John Adams' theory of equality, states that you can motivate an employee by examining his assessment of the situation and relationship with the employer, as well as his understanding of the fairness of the relationship. The concept of fairness includes not only the assessment that the company places on the employee's labor contribution, but also the comparison of the employee's own situation with similar relationships affecting other employees or work collectives. Employees compare both the amount of actual or anticipated labor contributions and the amount of remuneration. At the same time, the possible feeling of injustice serves as a serious demotivating factor. To prevent the emergence of negative feelings, it is necessary to provide such conditions in which it is possible to compare only employees in similar positions with similar labor functions [5].

In the group of procedural theories, the Porter – Lawler model also deserves attention. American psychologists Lyman Porter and Edward Lawler identified 5 basic elements of effective motivation, which includes mandatory accounting:

the effort expended by the employee;

personal perception of their own work and the comparability of remuneration;

results that are actually obtained;

the level and real value of the remuneration;

the degree of satisfaction of the subject [6].

According to the theory, the level of effort a worker makes is always dependent on the value of the reward and the employee's confidence that the amount of effort put in will be the basis for receiving the conditional reward.

**Conclusion.** Most of the motivational practices used in Uzbekistan are borrowed from international experience. Our own schools of motivation have not yet been created. At the same time, the management of enterprises does not use theories as such, but systems developed on their basis that can be implemented within the framework of existing business processes are understandable and scalable. The main feature of the motivational decision should be its complexity, the system should include all links of the management chain and work for each of the individual divisions of the company. At the same time, it is necessary to use all the variety of motivation tools developed and proposed by practice.

## References

1. Maslow A. G. Motivation and personality. - SPb.: Eurasia, 1999. -- 478 p. ISBN 5-8071-0016-6
2. Vilkov N., Vilkov I. Energy of the oil pyramid. Bulletin of the Tyumen State University. Socio-economic and legal research. 2019. Vol. 5. No. 2. P. 205-220;
3. <https://www.grandars.ru/college/psihologiya/teoriya-gercberga.html>
4. <https://hr-portal.ru/article/teoriya-motivacii-makklenda>
5. [https://studme.org/50577/menedzhment/motivatsionnaya\\_model\\_portera\\_loulera](https://studme.org/50577/menedzhment/motivatsionnaya_model_portera_loulera)
6. Psychology of motivation and emotions / Ed. Yu.B. Gippenreiter, M.V. Falikman. - M.: AST: Astrel, 2009. - 704p.

УДК 33

# НЕОБХОДИМОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

ГРЕБЕНЮК ИРИНА ИГОРЕВНА

магистрант

Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

**Аннотация:** в статье рассматривается влияние пандемии коронавирусной инфекции на различные секторы экономики, способы стабилизации бизнес-процессов компаний и выход из кризиса. Рассмотрены стратегические аспекты антикризисного управления в условиях пандемии COVID-19, а также способы государственной поддержки предприятиям.

**Ключевые слова:** антикризисное управление, пандемия, стратегический менеджмент, государственная поддержка, кризис.

## THE NEED FOR STRATEGIC MANAGEMENT OF COMPANIES IN THE CONTEXT OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC

Grebenyuk Irina Igorevna

**Abstract:** the article examines the impact of the coronavirus pandemic on various sectors of the economy, ways to stabilize business processes of companies and a way out of the crisis. The strategic aspects of anti-crisis management in the conditions of the COVID-19 pandemic, as well as ways of state support to enterprises, are considered.

**Key words:** anti-crisis management, pandemic, strategic management, state support, crisis.

Стратегический менеджмент – это, в первую очередь, совокупность мер, направленных на достижение определенных целей и задач. Менеджмент предприятия включает в себя 3 основных шага:

1. Формулировка целей и задач руководством компании от имени ее владельцев;
2. Выстраивание пошаговой стратегии по достижению ожидаемых результатов;
3. Выполнение задач, описанных в стратегии и анализ полученных результатов.

Необходимость стратегического менеджмента предприятий доказана неоднократно, но большинство компаний до сих пор не уделяют этому аспекту должное внимание, игнорируя введение новых стратегий и концепций для дальнейшего успешного развития компаний. В экономике России одной из основных проблем, на сегодняшний момент, является незнание определенного алгоритма, необходимого для решения тяжелой экономической проблемы, которая влечет за собой наступление кризиса, а в некоторых случаях и ликвидации компаний. Самая актуальная тема на сегодняшний день – выход из кризиса в результате последствий пандемии коронавирусной инфекции COVID-19, т.к. практически во всех отраслях наблюдается снижение основных показателей эффективности деятельности предприятий. Для более детального анализа темы статьи, необходимо будет рассмотреть такое понятие, как «антикризисное управление».

Антикризисное управление представляет собой процесс подготовки, управления любыми чрезвычайными ситуациями, сложившимися в компании, которые непосредственно влияют на доходы, пер-

сонал, а также финансовую устойчивость предприятия. Антикризисное управление является очень важным элементом стратегического менеджмента. [1]

Антикризисное управление многие часто путают с управлением рисками, однако, эти понятия отличается друг от друга. Управление рисками это, прежде всего, оценка потенциала угроз и поиск способов их избежать. В антикризисном управлении угроза уже наступила и предприятию как можно скорее необходимо ее избежать. Именно пандемия коронавирусной инфекции как нельзя лучше показала уровень готовности к кризису в каждом секторе экономики. Рассмотрим влияние COVID-19 на экономику некоторых предприятий, а также рассмотрим способы стабилизации бизнес-процессов. [2]

В постановлении правительства РФ от 03 апреля 2020г. №434 представлен перечень отраслей, пострадавших в результате наступления пандемии. Первая отрасль, которая указана в данном Постановлении – транспортная деятельность. В виду закрытия границ по всему миру, действительно данная отрасль наравне с общепитом – пострадали больше всего. Рассмотрим основные показатели деятельности за 2020 год в сравнении с 2019 годом на примере АО «Международный аэропорт Шереметьево» (далее – аэропорт Шереметьево) в таблице 1.

Таблица 1

**Основные показатели деятельности аэропорта Шереметьево в 2020 году в сравнении с 2019 годом**

Наименование показателей	2020 год (тыс. руб.)	2019 год (тыс. руб.)	Темп прироста (%)
Пассажиропоток. (тыс. чел.)	19784	49933	-60,38
Выручка	19106948	39239056	-51,31
Полная себестоимость (в т. ч. управленческие и коммерческие расходы)	19469250	16858349	15,49
Прибыль/убыток от продаж	- 362302	22380707	-101,62

На основании данных, указанных в таблице, видно, что пассажиропоток в 2020 году по сравнению с 2019 годом сократился на 60%, выручка на 51%. Но расходы увеличились на 15%, а миллиардная прибыль 2019 года превратилась в миллионный убыток по итогам 2020 года. На примере данных из бухгалтерской отчетности аэропорта Шереметьево наглядно можно рассмотреть кризисное положение, с которым столкнулись многие, пострадавшие от пандемии отрасли.

Для того чтобы как можно скорее выйти из кризиса, необходимо создать план управления кризисом. Данный план поможет эффективно и оперативно уменьшить влияние кризиса на компанию.

Для создания плана управления кризисом необходимо сформулировать перечень действий:

1. Необходимо максимально быстро определить кризис, с которым столкнулось предприятие, понять является ли он вызванным внешними или внутренними факторами. Если основной причиной образования кризиса являются внутренние причины, в этом случае применяются общие методы восстановления ликвидности и платежеспособности. В случае с COVID-19 – это кризис, вызванный внешними обстоятельствами.

2. Оценить влияние кризиса на компанию, т.к. он может воздействовать и на объемы продаж, и на затраты, а также на сокращение клиентской базы.

3. Разработать антикризисные мероприятия. Когда уже имеется полная информация о типе кризиса, какими факторами он был вызван и какие последствия возможны – гораздо легче разработать перечень мероприятий по преодолению кризиса или минимизации его угрозы.

В антикризисные мероприятия обязательно включить пункт о сокращении расходов. Основными путями сокращения расходов являются сокращение штата персонала и производственных затрат, продажа оборудования и сдача в аренду освободившихся площадей, снижение затрат на оплату труда. [3]

В период кризиса управление компанией невозможно без государственной поддержки.

Меры государственной поддержки всего бизнеса из пострадавших отраслей:

1. Отсрочка платежей за аренду недвижимости.
2. Льготный кредит на выплату зарплат (ставка первые 6 месяцев - 0%, потом 3,5-4%).
3. Отсрочка и рассрочка по налогам и взносам. Сроки уплаты большинства обязательных платежей были продлены. Заявлений подавать не нужно. При этом вносить полностью платеж в новый срок необязательно. Разрешено было перечислять по 1/12 в месяц в течение года.
4. Отмена проверок. До конца 2020 года не осуществлялось плановых проверок по Закону о защите прав юр. лиц и ИП.
5. Продление сроков действия разрешительных документов (на весь год продлили действие многих документов, например разрешений на строительство и лицензий на продажу алкоголя).
6. списание неустоек по гос. контрактам. Неустойки полностью списывали, если контракт сошелся из-за коронавируса. По исполненным контрактам штрафы списывали или снижали на половину, если их размер не превышал 20% цены контракта.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что необходимость стратегического менеджмента существует не только во времена кризиса, но и в более спокойное время. Многие компании не уделяли внимание для более детального применения стратегического менеджмента и цифровой экономики (к примеру, удаленная работа), компании не были готовы к ситуации, которая сложилась в стране в результате введения карантинных ограничений, не было четкого плана действий, стратегии и именно поэтому многие предприятия потерпели кризис. Необходимость менеджмента компаний существует ежедневно и его грамотное применение направлено на устойчивое функционирование и успешное развитие компании.

#### Список литературы

1. Сапунова Т.А. Управление предприятием в условиях пандемии коронавируса // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 74. – С. 124-128.
2. Трофимова Н.Н. Стратегические аспекты антикризисного управления предприятиями в период пандемии COVID-19// Вестник университета. – 2020. – № 11. – С. 59-66.
3. Алёшин Д.О. Система стратегического управления предприятием в условиях кризиса// Экономика, бизнес, инновации: сборник статей XV Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2021. – С. 8-14.

УДК 33

# ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ ДЛЯ ГОРНОДОБЫВАЮЩИХ КОМПАНИЙ

**ЕЛИНА НАТАЛЬЯ СЕРГЕЕВНА**

Магистрант

ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»

**Аннотация.** Сегодня перед горнодобывающими компаниями стоят новые цели по ускоренному увеличению добычи полезных ископаемых на основе развития его кадрового потенциала. Для многих компаний развитие и стимулирование персонала, обеспечение условий для безопасного труда является одной из ключевых задач стратегии управления персоналом.

Производительность труда растет, увеличивается эффективность производства благодаря непрерывному обучению персонала. Система профессионального обучения в компаниях основывается на учете потребности в обучении персонала, проводится сертификация, получают вторые профессии, осваиваются новые техники и технологии.

Всё это позволяет подготовить квалифицированные кадры для компании. Горнорудные компании часто взаимодействуют с учебными заведениями, привлекая молодых специалистов в ряды своих компаний.

**Ключевые слова:** профессиональная подготовка кадров, профессиональная переподготовка и повышение квалификации специалистов, дополнительное профессиональное образование специалистов и работников.

## TRAINING PROGRAMS PROFESSIONAL STAFF FOR MINING COMPANIES

**Elina Natalia Sergeevna**

**Annotation.** Today, mining companies are faced with new goals to accelerate the increase in mineral production based on the development of its human resources. For many companies, the development and stimulation of personnel, ensuring conditions for a safe work is one of the key tasks of the personnel management strategy.

Labor productivity is growing, production efficiency is increasing due to continuous training of personnel. The system of professional training in companies is based on taking into account the need for personnel training, certification is carried out, second professions are obtained, new techniques and technologies are mastered.

All this allows us to prepare qualified personnel for the company. Mining companies often interact with educational institutions, attracting young professionals to the ranks of their companies.

**Key words:** professional training of personnel, professional retraining and advanced training of specialists, additional professional education of specialists and workers.

В большинстве компаний ежегодно профессиональную переподготовку проходит большая часть работников. У многих компаний есть свои учебные центры, некоторые обучают сотрудников на производстве, другие обращаются за помощью в местные учебные заведения и учебные центры. Часто компании привлекают для обучения зарубежных специалистов.

В связи с последними неблагоприятными событиями, связанными с распространением коронавирусной инфекции, активно применяется дистанционное обучение.

*Программа подготовки внутреннего кадрового резерва компании.*

Чтобы быть всегда подготовленным к стремительно меняющейся ситуации на рынке труда, нужно обязательно иметь внутренний кадровый резерв для замещения руководящих должностей. Все резервисты проходят комплексную подготовку по управлению.

*Программы привлечения школьников и студентов.*

В приоритете большинства горнодобывающих компаний стоит обеспечение молодыми квалифицированными кадрами своих компаний. Работа с молодежью начинается со школы, в которых созданы специализированные металлургические классы. Обучение в таких старших классах происходит в течение двух лет. Чтобы попасть в такие классы, школьникам после девятого класса устраивают конкурс и только сильнейшие попадают в специализированные классы.

Во время обучения в таких классах, школьников знакомят с компанией, устраивают им экскурсии в разные подразделения компании, мотивируют учащихся к поступлению на горные специальности и дальнейшему трудоустройству в компанию. Как только школьники заканчивают школу, их переводят в профильные вузы.

В вузах на студентов старших курсов ориентирована программа «Начало карьеры». Студенты проходят оплачиваемую практику на производстве и после окончания вуза устраиваются на работу в эту компанию. Во время практики им предоставляется бесплатное общежитие, питание, оплачиваются проездные билеты. Студенты принимают активное участие в различных мероприятиях компании, где раскрывают свои творческие способности. Наиболее отличившимся студентам после прохождения производственной практики назначается корпоративная стипендия от компании.

*Программа «Стажировка»*

Эта программа рассчитана на выпускников вузов, не имеющих опыта работы. На стажировку выпускники отбираются на конкурсной основе. Опытный наставник руководит стажировкой. Во время стажировки с ним заключается срочный трудовой договор. И если стажер успешно сдает аттестацию, то его принимают в штат компании.

*Программа «Рабочие»*

Согласно этой программе привлекаются молодые кадры на рабочие профессии, которые прошли профессиональную подготовку на учебных местах. Компании создают условия, аналогичные реальному производству, чтобы максимально приблизить участника к производственному процессу.

Учебными заведениями разрабатываются специальные программы, написанные для рабочих специальностей, исходя из потребностей компании. Эти программы составлены так, чтобы учащиеся во время прохождения обучения могли ознакомиться с оборудованием, научиться на нем работать, осуществлять ремонт в случае поломки, менять расходные детали.

Чаще всего в горнорудных компаниях обустроены специальные полигоны, где оттачивают практические навыки молодые рабочие таких специальностей как: машинист бульдозера, машинист экскаватора, машинист машины для ломки футеровки и конвертеров и ковшей, оператор обдирочных станков, шихтовщик, клеймовщик горячего металла, крановщик и многие другие. Благодаря этому обучению молодых рабочих, полностью перекрывается потребность компаний в квалифицированных рабочих горнорудного профиля.

*Студенческие горные отряды*

При взаимодействии с учебными заведениями некоторыми горнорудными компаниями реализуется программа «студенческие горные отряды». Эта программа заключается в следующем: во время летних каникул студенты вторых-третьих курсов горных вузов страны приезжают в компанию и их задействуют на сезонные работы. Для всех желающих участников программы проводится обучение и выдаются соответствующие свидетельства. Студенты не только решают производственные задачи, но и принимают активное участие в жизни компании.



## Список литературы

1. Гасанов Д.Г. Кадровый менеджмент на горных предприятиях. –М: Издательство Навоийского государственного горного института, 2007. - 192 с.
2. Даянц Д.Г. Управление персоналом на горных предприятиях. – М.: Издательство Московского государственного горного университета, 2007. – 302 с.
3. Должиков П.Н. Основы экономики и управления горным предприятием: Учебное пособие. – Донецк: «Норд-пресс». – 2009. – 200 с.
4. Зайцев С. П., Казаков В. Б., Петров И. В., Харченко В. А. Направления совершенствования системы кадрового обеспечения предприятий горнопромышленного комплекса экономики России // Научный вестник МГГУ. 2012. No 3 (24). С. 134–139.
5. Общая и профессиональная педагогика: Учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Профессиональное обучение»: В 2-х книгах / Под ред. В.Д. Симоненко, М.В. Ретивых. - Брянск: Изд-во Брянского государственного университета, 2003. - Кн.1 - 174 с.
6. Сластенин В.А. и др. Педагогика: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / В.А. Сластенин, И.Ф. Исаев, Е.Н. Шиянов; Под ред. В.А. Сластенина. - М.: Издательский центр "Академия", 2002. - 576 с.
7. Смирнов И.П. Проблемы развития профессионального образования в РФ // Стратегия профессионального образования молодежи. - М., 1995.- С. 12-22.

УДК 33

# ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

**ЗОЛОТУХИН СЕРГЕЙ РОМАНОВИЧ**

студент

Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования Центросоюза Российской Федерации «Российский Университет Кооперации»  
Краснодарский Кооперативный Институт (Филиал),  
г.Краснодар

**Аннотация:** в условиях все более жесткой конкуренции за таланты, постоянного развития информационных технологий и проникновения больших данных в различные отрасли управление человеческими ресурсами должно думать об изменениях в информационных технологиях. Необходимо изучить применение больших данных в управлении людскими ресурсами для проведения более всеобъемлющего и научного анализа человека, поэтому необходимо изучить применение информационных технологий в управлении людскими ресурсами. В этом контексте в этой статье обсуждается комбинированное применение анализа больших данных и управления человеческими ресурсами, чтобы предоставить некоторую справочную информацию о развитии управления людскими ресурсами предприятия.

**Ключевые слова:** менеджмент, информационные технологии; анализ данных, управление человеческими ресурсами, инновации.

## APPLICATION OF INFORMATION TECHNOLOGY IN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

**Zolotukhin Sergey Romanovich**

**Abstract:** With the increasingly fierce competition for talents, the continuous development of information technology, and the penetration of big data into various industries, human resource management has to think about the changes in information technology. It is necessary to explore the application of big data in human resource management to carry out more comprehensive and scientific human analysis, therefore it is necessary to explore the application of information technology in human resource management. In this context, this article discusses the combined application of big data analysis and human resource management, in order to provide some reference for the development of enterprise human resource management.

**Key words:** management, information technology; data analysis, human resource management, innovation.

В настоящее время все больше и больше областей вводят информационный анализ данных, но анализу данных управления человеческими ресурсами не уделяется особого внимания. Однако с развитием нынешней эпохи любая область и отрасль должны проводить соответствующий анализ данных, и управление человеческими ресурсами также нуждается в этом. Изменения в бизнес-моделях можно скорректировать по результатам анализа данных. Привлечение и удержание талантов в области управления человеческими ресурсами также требует анализа данных [1-4].

С наступлением информационной эпохи управление человеческими ресурсами также сталкивается с изменениями на уровне принятия решений, уровне организационной структуры и уровне управ-



ления талантами. Они должны полагаться на информационный анализ больших данных для прогнозирования и анализа всех уровней управления человеческими ресурсами. Чтобы план был научным и разумным, а управление человеческими ресурсами - более эффективным. Информационное управление человеческими ресурсами неотделимо от человеческого анализа различных модулей и применения различных информационных технологий. Это изменение, которое менеджмент человеческих ресурсов должен произвести в контексте информационного века [1-3].

Основное различие между применением больших данных информатизации в управлении человеческими ресурсами и традиционным управлением человеческими ресурсами заключается в использовании различных данных в прошлом, соответствующем анализе тенденций развития работы каждого модуля, обобщении и обнаружении проблем в работе, своевременные корректировки для достижения большего Целенаправленное управление человеческими ресурсами [4].

Планирование человеческих ресурсов имеет широкое и узкое значение. Широкое значение состоит в том, чтобы прогнозировать будущие организационные задачи и требования к окружающей среде для организации в соответствии со стратегией развития организации, целями и изменениями во внутренней и внешней среде организации, а также выполнять эти задачи и соответствовать процессу предоставления человеческих ресурсов для этих требований. эквивалентен стратегии управления человеческими ресурсами; узкое значение состоит в том, чтобы предсказать возможные потребности в персонале и ситуацию с поставками, а также соответственно зарезервировать или сократить соответствующие человеческие ресурсы. Он направлен на достижение баланса человеческих ресурсов и фокусируется на согласовании количества, качества и структуры человеческих ресурсов. Применение информатизации больших данных к планированию человеческих ресурсов может научно анализировать данные о спросе и предложении человеческих ресурсов и осуществлять более точное планирование человеческих ресурсов. Сочетание больших данных и планирования человеческих ресурсов требует сбора корпоративных данных о человеческих ресурсах и рыночных данных о человеческих ресурсах [5].

Для начала необходимо собрать текущее состояние спроса и предложения персонала на предприятии, включая внутреннюю мобильность и текучесть кадров, и использовать базовые данные о персонале в качестве основы для последующего анализа больших данных. Во-вторых, проанализировать разницу между планированием человеческих ресурсов компании в прошлом и будущим планированием человеческих ресурсов и определите конкретную стратегию планирования человеческих ресурсов с помощью анализа стратегической ориентации. В-третьих, собирать информацию о работе сотрудников в различных частях и должностях компании, особенно об отношении к работе, производительности и другой информации, и всесторонне получать срочно необходимые кадровые потребности компании и удерживать лучшие таланты для лучшего выполнения работы компании [5].

В дополнение ко всем аспектам внутренней информации о человеческих ресурсах, планирование человеческих ресурсов на предприятии также должно учитывать информацию о внешнем рынке труда. Предприятия могут собирать данные о рыночной конкуренции в той же отрасли и на одном и том же положении, чтобы предсказать будущее направление кадров на рынке труда, заранее провести соответствующее планирование человеческих ресурсов и обеспечить рыночную конкурентоспособность ключевых позиций предприятия [5].

Под наймом понимается процесс привлечения тех, кто способен и заинтересован в работе в организации, на основе результатов планирования человеческих ресурсов и анализа должностей с целью удовлетворения потребностей в развитии, а также отбора подходящего персонала для найма. Применение анализа больших данных к набору человеческих ресурсов в основном заключается в эффективном внедрении анализа данных в процесс отбора персонала, особенно в улучшении и совершенствовании процесса отбора на основе тестов. Только выбрав правильных людей, предприятие может не только полностью раскрыть преимущества и потенциал талантов, но и реализовать ценность талантов на предприятии. [5].

Управление эффективностью - это процесс управления, который позволяет организациям, командам и отдельным лицам достигать лучших результатов работы на основе взаимопонимания между

сотрудниками и руководителями в отношении целей, стандартов и требуемых возможностей. То есть средства и процессы, используемые менеджерами для обеспечения того, чтобы рабочая деятельность и результаты работы сотрудников соответствовали целям организации. Традиционное управление производительностью человеческих ресурсов часто осуществляется по четырем направлениям: планирование производительности, внедрение производительности и обучение, оценка производительности и применение результатов производительности. После разработки плана в соответствии с производительностью организации, работой отдела и индивидуальной эффективностью, внедрите, оцените и оцените. После внедрения анализа больших данных в управление производительностью компания не только сохранит исходные связи управления производительностью, но и улучшит сочетание приложений с большими данными и управлением производительностью. [5].

Таким образом, компании могут использовать информационные инструменты для сбора широкого спектра данных об удержании и мотивации сотрудников, таких как данные о планировании карьеры сотрудников, данные о продвижении по службе, данные о возможностях развития, данные о справедливости и узких местах в личном развитии. Данные о проблемах, данные о доверии к компании и т.д. Благодаря сбору вышеуказанной информации и данных, использование инструментов анализа данных на основе информации для выявления причин и факторов, которые приводят к утечке мозгов, с целью улучшения деятельности компании план мотивации сотрудников и план обучения, повышение уровня удержания сотрудников и минимизация потерь, вызванных утечкой мозгов [5].

Развитие управления человеческими ресурсами неизбежно должно идти в ногу с тенденциями информационной эпохи, использовать анализ больших данных для углубления работы различных модулей, реализовывать информатизацию управления человеческими ресурсами и реализовывать информационный человеческий анализ, делая управление человеческими ресурсами научным и точным.

#### Список литературы

1. Трусова Н. Государственная социально-экономическая политика в условиях цифровой экономики в зарубежных странах и России. Экон. Анна. 2019, 180, 88–96. [Google Scholar] [CrossRef]
2. Бармута К.А.; Ахметшин Э.М.; Андрющенко И.Ю.; Тагибова А.А.; Мешкова Г.В.; Зекий А. Проблемы трансформации бизнес-процессов в контексте построения цифровой экономики. *Entrep. Поддерживать. Issues* 2020, 8, 945–959. [Google Scholar] [CrossRef]
3. Романовская Е.В.; Кузнецов В.П.; Андряшина Н.С.; Гарина Э.П.; Гарин А.П. Развитие системы оперативно-производственного планирования в условиях сложного промышленного производства. В цифровой экономике: сложность и разнообразие против рациональности; Спрингер: Чам, Швейцария, 2020; С. 572–583. [Google ученый]
4. Викторова Н.Г.; Валебникова Н.В.; Валебникова О.А. Совершенствование методов бюджетирования промышленных предприятий Российской Федерации с целью сохранения существенных конкурентных преимуществ в высокотехнологичных секторах экономики. В трудах 33-й Международной ассоциации управления бизнес-информацией IBIMA 2019 Education Excell. Иннов. Manag. через Vis. 2020 г., Гранада, Испания, 10–11 апреля 2019 г.; С. 1689–1700. [Google ученый]
5. Юань Сиин. Анализ реформы управления человеческими ресурсами предприятия в эпоху больших данных [J]. *Маркетинговый круг*, 2020, (47): 164-165.

УДК 658

# ОТНОШЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ АВТОРОВ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ГИБКИХ МЕТОДОЛОГИЙ (AGILE) ПРИ УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТОМ

**МУХУТДИНОВА ДИАНА РАМИЛЕВНА**Магистрант  
Северо-Западный институт управления РАНХиГС*Научный руководитель: Иванов Денис Юрьевич*  
*к.пол.н., доцент*  
Северо-Западный институт управления РАНХиГС

**Аннотация:** В статье представлен обзор современной литературы в области управления проектом с использованием как Agile методологий, так и традиционных подходов. На примерах внедрения Agile в российских компаниях показана заинтересованность российского бизнеса в применении гибких методов и подходов к управлению, в частности, в сфере IT. В данной статье обзор следует по принципу «от широкого к узкому», начиная с учебников и учебных пособий, затем переходя к монографиям и диссертациям, и завершаться будет обзором научных статей.

**Ключевые слова:** Agile, управление проектом, IT, гибкая методология, водопадная модель, эффективное управление.

## THE ATTITUDE OF MODERN AUTHORS TO THE USE OF FLEXIBLE METHODOLOGIES (AGILE) WHEN MANAGING A PROJECT

**Mukhutdinova Diana Ramilevna***Scientific adviser: Ivanov Denis Yurievich*

**Abstract:** The article presents an overview of modern literature in the field of project management using both Agile methodologies and traditional approaches. Examples of Agile implementation in Russian companies show the interest of Russian business in applying flexible methods and approaches to management, especially, in the IT sphere. In this article the review follows the principle of «from broad to narrow», starting with textbooks, then moving on monographs and dissertations, and end with a review of scientific articles.

**Key words:** Agile, project management, IT, flexible methodology, waterfall model, effective management.

Современный мир характеризуется всё более возрастающей ролью цифровых технологий и интернета. Изменения коснулись жизни не только отдельных отраслей и бизнесов, но и каждого человека. На смену традиционным подходам пришли гибкие методологии (Agile), в большей степени соответствующие требованиям и условиям динамичной среды. Именно поэтому рассмотрение теоретических и практических аспектов применения гибкой методологии в IT-сфере приобретает актуальность в наше время.

Рассмотрим учебное пособие Борониной Л. Н. и Сенюка З. В. «Основы управления проектами». Авторы ещё во введении подчёркивают, что подход в управлении проектом – дело индивидуальное,

приходящее с опытом, путём проб и ошибок, и никаких универсальных рекомендаций на этот счёт не существует. Далее, в учебнике уделяется внимание различным сторонам управления проектами, однако, вся информация и этапы управления раскладываются, как правило, линейно и поступательно, через последовательность конкретных шагов [1]. На рисунке 1 представлен пример исключительно линейной методологии, предлагаемой читателям:

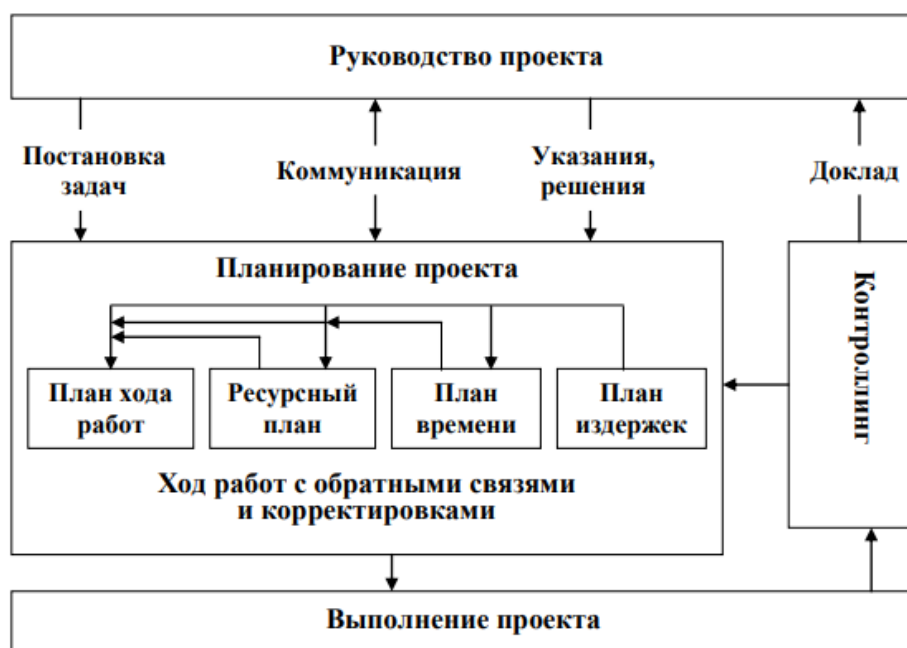
**Календарный план-график затрат, рублей**

№ п/п	Работы	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май
1	Принять дела	15				
2	Панчировать (вводить данные)		300			
3	Сверить базу			550		
4	Сформировать пакет				280	
5	Оформить архив					10

**Рис. 1. Часть календарного плана-графика затрат (компания А)**

По рисунку можно заметить, что авторы учебника не являются сторонниками гибких методологий. Единственный контекст, в котором, в рамках учебника рассматривается возможность внесения корректировок (не говоря о полностью гибкой методологии) по ходу проекта – это управление изменениями, которому посвящено около 5% учебного материала, и то это рассматривается, вероятнее, как вынужденная мера на фоне того, что отклонения – это нехороший признак.

В другом учебнике А. Дульзона первые намёки на гибкую методологию начинаются в середине материала, в разделе «Контроллинг». Здесь представлена схема (рисунок 2), предусматривающая ход работ с обратными связями и корректировками [2]:



**Рис. 2. Схема работ из учебника, предусматривающая гибкий подход [2]**

При этом, аналогично предыдущему источнику, корректировки здесь обуславливаются именно отклонениями фактической ситуации от плановой, как встречная, вынужденная мера. А отклонения вызываются либо ошибками, либо изменениями внешней среды, и это подаётся как некое негативное

следствие чего-то неучтенного: рисков, перегрузки, оценки затрат и т.д., то есть это ещё не сама гибкая методология, но авторы уже ближе к ней.

Аналогичной позиции придерживаются и авторы учебника «Основы управления проектами» [3]. Они допускают возможность нелинейного подхода, однако, представляют этот вариант, как следствие недочетов, которые необходимо тщательно анализировать и делать выводы, если линейный подход не сработал.

Рассмотрим также монографию Катаева А. и Катаевой Т., авторы рассматривают управление проектами в контексте виртуальных социальных структур и, аналогично предыдущим авторам, в основном, представляют процесс, как линейный. Они всё ещё не готовы представлять гибкие концепции [4] и внедряют свой математический аппарат, призванный в самом начале выстроить последовательность работ линейно.

Интересно, что несмотря на то, что монография «Управление проектами в России» [5] посвящена современной ситуации и подходам в управлении проектов в контексте проецирования на Россию, и в ней идёт речь, в том числе, о различных технических и организационных современных решениях, гибкой методологии автор так же предпочитает не касаться. Однако, на рисунке 3 представлена схема существования проекта, которая, на первый взгляд, предполагает гибкость:



Рис. 3. Схема существования проекта [4]

Спустя несколько глав, автор даёт и более конкретную схему существования проекта, в которой мы можем видеть некие инсинуации гибкого подхода, однако, это пока что трудно назвать «Agile» (рисунок 4):

Наконец, автор допускает гибкость, но вносит некоторые ограничения на этот счёт:

- Объем допустимых изменений (в задачах, объёме и составе работ) должен быть минимально согласованный с заказчиком проекта;
- Отсутствие негативных последствий для текущей работы организации;
- Отсутствие негативных последствий для производственной культуры и ценностей компании.

Автор утверждает, что такие изменения по ходу реализации проекта неизбежны, но важно, чтобы они ничему не навредили.

Даже недавняя монография Воропаева В. [6], посвященная эволюции подходов к управлению проектами и различным сменяющим друг друга более прогрессивным методологиям, никак не касается гибкой методологии, несмотря на то, что временной горизонт исследования и логика вещей это предусматривают. Слегка смежным оказывается упоминание МВО (Management by Objectives), предполагающего максимальное приближение проекта к потребителю и современных информационных технологий, меняющих процесс управления проектами, однако до упоминания гибкой методологии дело не доходит.



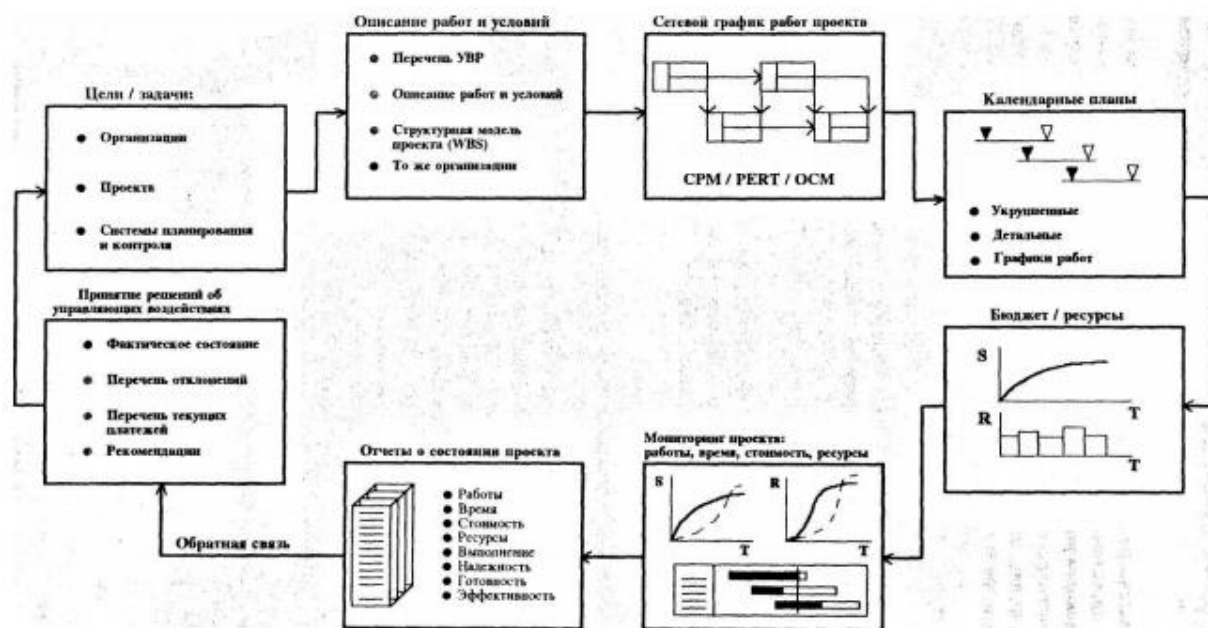


Рис. 4. Схема процесса управления проектом [5]

Автор диссертации, посвященной именно IT-проектам [7] в начале опирается на методологию с чёткой последовательностью этапов, но затем, ещё в теоретической части исследования упоминает случай, когда заказчик может быть заинтересован, чтобы проект оставался открытым для внесения новых характеристик продукту, что, на наш взгляд, как раз таки отражает гибкость. Затем, автор уже конкретно переходит к представлению Agile-методологии, противопоставляемой традиционному подходу. «Гибкие методологии предполагают итеративный подход к управлению проектами разработки ПО, фокусирующейся на непрерывных выпусках и учитывающий отзывы клиентов при каждой итерации». Автор ссылается на «Agile Manifesto 2001» и раскрывает основные положения этого манифеста:

- Больше внимания людям и взаимодействиям, чем процессам и инструментам;
- Рабочее ПО важнее исчерпывающей документации;
- Сотрудничество с клиентами важнее условий договора;
- Процесс должен реагировать на изменения.

Так, впервые можно увидеть раскрытие постулатов гибкой методологии, чего не хватало во всех рассмотренных учебных пособиях и монографиях. Далее, автор приводит три основные методологии в рамках Agile:

- Scrum – гибкая структура для разработки, поставки и поддержки сложных продуктов с акцентом на разработку программного обеспечения;
- Kanban – визуальная система управления рабочим процессом, позволяющая выявлять узкие места и принимать меры;
- Lean – концепция управления разработкой продукта, предусматривающая перманентные улучшения (методология перфекциониста) [7].

Для того, чтобы выбрать более подходящую методологию (ведь все ситуации разные, автор предлагает следующую схему (рисунок 5).

Также, Мазурина Н.А. в своей диссертации «Управление проектом внедрения специализированного программного обеспечения в Банке» [8] разбирает нюансы управление проектом при внедрении IT-системы. Затрагивая специфику управления IT-проектами, она упоминает такой фактор, как трудности в определении бизнес-требований, когда изначально никому ничего толком непонятно, и понимание приходит уже в процессе разработки – это, на наш взгляд, является одной из предпосылок появления гибкой методологии.

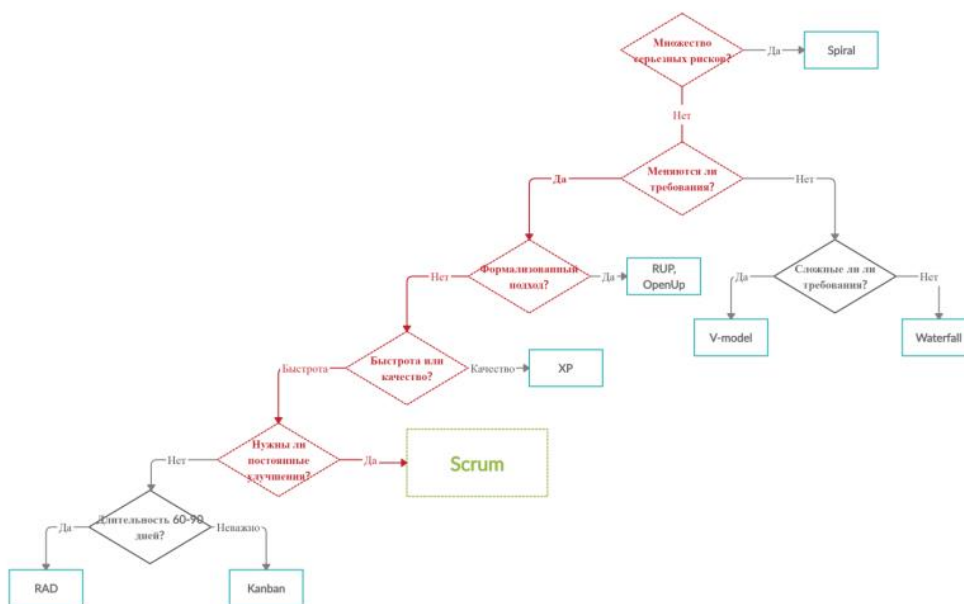


Рис. 5. Алгоритм выбора подхода [7]

Под гибкостью она понимает следующее:

- Возможность быстро реагировать на изменения, что соответствует динамичности внешней бизнес-среды;
- Возможность быстрого изменения степени приоритета;
- Использование инкрементального подхода для удовлетворения требованиям заказчика;
- Максимальное увеличение рентабельности.

Автор приводит основные положения гибкой методологии, касается ретроспективы и говорит, что «Гибкие методологии не отрицают необходимость досрочного планирования, они лишь допускают внесение корректировок в течение времени, отведенного для реализации IT-проекта».

В таблице приводится указание различий по отдельным компонентам между гибкой методологией и противопоставляемой ей традиционной водопадной методологией (табл.1) :

Таблица 1

**Различие гибкой методологии и водопадных моделей**

	«Гибкие» методологии	Водопадная модель
<b>Требования заказчика</b>	Итеративный сбор	Детализированные требования четко определяются до начала фазы непосредственного внедрения
<b>Стоимость доработок</b>	Низкая	Высокая
<b>Направление разработки</b>	Может быть изменено в любой момент	Фиксированное
<b>Тестирование</b>	После каждой итерации	Во время соответствующей фазы, следующей за внедрением/разработкой
<b>Вовлеченность заказчика</b>	Высокая	Низкая

Таким образом, можно заметить, что есть определенные преимущества: более низкая стоимость доработок (так как они изначально предусмотрены), возможность менять направление разработки, регулярное тестирование и высокая вовлеченность заказчика [8]. В конце своего исследования, автор приходит к заключению, что гибкая методология гораздо более эффективна в контексте IT-проектов.

Проанализируем еще диссертацию Воронько А.Н.. Автор рассматривает гибкую методологию в контексте совершенствования процессов менеджмента. Воронько А. Н. рассуждает о предпосылках появления такой методологии, основной из которых является всеобщая динамичность внешней среды, а также о гиперконкуренции, глобализации и непрерывном научно-техническом прогрессе. «Agile – это мировоззрение», - утверждает автор, так как правильное мышление первично над внешними воплощениями, и может оказать влияние на эффективность овладения процедурами. Он говорит об этом в контексте не самого руководства, а рядовых членов команды, что такое правильное мышление нужно именно им, как необходимое условие для успешной реализации проекта. Agile не включает конкретных практик, а определяет ценности и принципы, которыми должны руководствоваться команды. Исходя из его понимания концепции, можно обнаружить у гибкой методологии некоторые черты современного информационного общества: акцент на совершенствовании, развитии, эффективные личные коммуникации, простота как искусство максимизации работы, которую не нужно делать. По сути, итерационная доработка – это нечто запланированное и воспринимаемое, как естественное, в отличие от подходов, рассматриваемых нами в начале текущего обзора. Автор много рассказывает о предыстории, особенностях и приводит такую модель Kanban (рисунок 6):

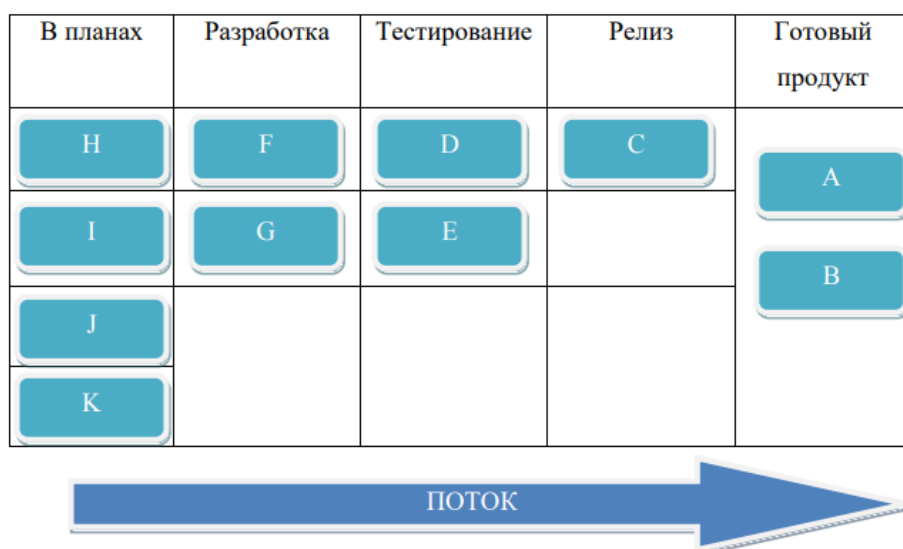


Рис. 6. Схема Kanban [9]

Сейчас, по мнению автора, такие гибкие методологии в большей степени распространены за рубежом, а в России применяются, в основном, в рамках проектов внутри крупных компаний (например, Сбербанк). Хотя, на мой взгляд, такая методология широко применяется в различных небольших самостоятельных IT-проектах, о чём регулярно сообщается на vc.ru.

Авторы научной статьи «Современные подходы в управлении предприятиями, преимущества применения принципов Agile» приходят к гибкой методологии через стратегические цели повышения доли инновационной продукции, в чём именно гибкие методологии должны играть важнейшую роль. Авторы, аналогично предыдущим, рассматривают гибкую методологию через особенности, сравнение с негибкой методологией и отдельные свойственные ей элементы: Scrum, Kanban [10]. При этом, затрагивается психологический момент – «В Agile-подходе ставка делается на сотрудника и его достижения. Это «подталкивает» сотрудника к активной позиции, визуализирует его персональный вклад (упрощенно говоря, на канбан-доске все, как на ладони)». После изучения статьи можно сделать вывод, что Agile методы, получившие широкое распространение в разработке программных продуктов, могут дать существенный инновационный эффект в современном производстве.

Интересный пример приводит Акоюн С.А. в своей статье [11]. На простом способе приготовления кофе автор объясняет преимущества гибкой методологии относительно классической – позволяет действовать быстрее и быть производительнее, а также, клиентоориентированнее. При этом, Акоюн



затрагивает и немногочисленные недостатки подхода – возможная потеря ориентиров и непривычность для работников (хотя, на мой взгляд, большинство разработчиков и практикующих PM-менеджеров уже давно привыкли и освоили такой подход).

Автор научной статьи об «Особенностях внедрения гибких методологий управления проектами в государственном секторе» [12] пишет о гибкой методологии в контексте разработки IT-решений для государственного сектора, что особо интересно, учитывая взаимную полярность философии ГМУ и гибкой методологии. Так, по гибкой методологии работают Правительство Москвы, Почта России, портал Госуслуги, ЕИМС в сфере закупок, Автор и другие структуры в РФ [12]. Такой подход позволяет оптимизировать расходование государственных бюджетных средств, облегчает информатизацию госсектора, а его успешность, всё же, зависит от профессионализма и компетенций участников.

Другой патриотично настроенный автор, Рыбкина Е.А., в своей статье затрагивает советские разработки сетевых моделей, которые, по ее утверждению, легли в основу современных методологий [13]. Об этом же рассуждают и авторы статьи «Agile и научная организация труда: практика применения гибких методов в России». Они активно сопоставляют Agile и научную организацию труда (Ерманский О.А., 1918 год) и приходят к выводу о том, что Agile, по сути, есть интерпретация положений школы научной организации труда и предусматривает личную креативность участников [14]. В статье приводится статистическая информация по компаниям, применяющим подход в рамках российской действительности, их достаточно много.

Также стоит рассмотреть статью Воротниковой А.Н., которая утверждает, что использование гибкой методологии позволяет выполнять проект эффективнее (при прочих равных) и экономить, в среднем, до 14% времени [15], за счёт своевременного устранения ошибок и предупреждения непонимания между членами команды и заказчиком на ранних стадиях реализации проекта.

В заключении можно сделать вывод, что в научной литературе уже относительно достаточно теоретического материала, по которому можно составить корректное представление о гибкой методологии и её инструментах, однако, учебная литература пока что, в большей части, не перестроилась со стандартных подходов. Так, систематизация и доработка существующей теоретической базы по теме исследования обуславливает его теоретическую значимость.

Правильное внедрение гибкой методологии несёт за собой такие неоспоримые преимущества, как: повышение гибкости организации; сокращение цикла разработки продуктов; вовлечение персонала в работу; передача полномочий по проекту членам команды; повышение удовлетворенности клиентов.

Гибкие методологии несут большие преимущества всем стейкхолдерам в организации. Так, инвесторы в качестве результатов Agile-трансформации могут получить сниженную стоимость проектов, руководители – повышенную эффективность работы персонала, клиенты – необходимый им продукт в более сжатые сроки. Персонал, в свою очередь, получает дружелюбный и открытый для обсуждений рабочий процесс, в котором сотрудники компании являются не простыми исполнителями, а одновременно и ответственными лицами, и планировщиками.

Трансформации при правильном внедрении Agile неизбежно приведут к уменьшению иерархии управления в организации и развитию горизонтальных связей. В свою очередь, это изменение приводит к повышению гибкости организаций, что является ключевым условием выживания компании в условиях гиперконкуренции.

### Список литературы

1. Боронина Л. Н. Основы управления проектами : учебное пособие / Л. Н. Боронина, З. В. Сенук ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2015. — 112 с. — ISBN 978-5-7996-1416-4
2. Дульзон А. А. Д81 Управление проектами: учебное пособие / А. А. Дульзон; Национальный исследовательский Томский политехнический университет. – 3-е изд., перераб. и доп. – Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2010. – 334 с. : ил.

3. Основы управления проектами: учебное пособие / авторы не указаны. Режим доступа: <https://pmd74.ru/wp-content/uploads/2015/12/Osnovy-upravleniya-proektami.pdf>
4. Управление проектами на базе динамической сети партнеров: монография / А. В. Катаев, Т.М. Катаева; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону – Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2017. – 125 с. ISBN 978-5-9275-2433-4
5. Управление проектами в России: монография / Воропаев В.И. (М.: "Аланс", 1995). Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент". Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru/text/33468881.html>
6. Тебекин А.В. Эволюция методов управления проектами: мировой опыт и перспективы развития // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. – № 24. – С. 3969-3994
7. Хозин Н.И. Управление IT-проектами (на примере проекта «Rapid Learning»). Режим доступа: <https://nsu.ru/xmlui/bitstream/handle/nsu/17775/2020-VKR-BA-Khozini-16704.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
8. Мазурина Н.А. Управление проектом внедрения специализированного программного обеспечения в Банк. / НИУ ВШЭ, 2013 г.
9. Воронько А.Н. Совершенствование процессов менеджмента компании на основе использования принципов гибкой разработки / Сибирский Федеральный Университет, 2017 г. Режим доступа: <http://elib.sfu-kras.ru/bitstream/handle/2311/69154/voronko.pdf?sequence=1>
10. Сеньков Р.Ф. Современные подходы в управлении предприятиями, преимущества применения принципов Agile / научная статья. Режим доступа: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/3wokbwzo2l/direct/109215471.pdf>
11. Акоюн С.А. Управление проектами по принципам системы Agile, как один из методов управления проектами. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-proektami-po-printsipam-sistemy-agile-scrum-kak-odin-iz-metodov-upravleniya-proektami-osnovannyy-na-agile/viewer>
12. Левадный Н.А. Особенности внедрения гибких методологий управления проектами в государственном секторе. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-vnedreniya-gibkih-metodologiy-upravleniya-proektami-v-gosudarstvennom-sektore/viewer>
13. Рыбкина Е.А. Управление проектами: область, методология, система. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-proektami-oblast-metodologiya-sistema/viewer>
14. Лозгачева Т.М. Agile и научная организация труда: практика применения гибких методов в России / Лозгачева Т.М., Табекина О.А., Федотова О.В. Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. 2019. Т. 5(71). № 2. С. 48-59.
15. Воротникова А.Н. Использование гибких методологий agile\* для управления проектами в сфере информационных технологий на примере компании social quantum / В книге: МНСК-2018: Менеджмент. Материалы 56-й Международной научной студенческой конференции. 2018. С. 73-74.

# МАРКЕТИНГ

УДК 330.13

# МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ПОДДЕРЖАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ

**КАРАНДЕЕВА КСЕНИЯ АЛЕКСАНДРОВНА**

Магистрант

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»

*Научный руководитель: Волковская Нина Михайловна**д.социол.н., профессор**ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»*

**Аннотация:** В данной статье определены ключевые направления работы компании с лояльностью потребителей. Рассмотрены основные маркетинговые инструменты формирования и поддержания лояльности. Определена сущность и значимость каждого инструмента. Выделены основные способы формирования лояльности потребителей.

**Ключевые слова:** лояльность, формирование лояльности, поддержание лояльности, инструменты формирования лояльности, инструменты поддержания лояльности, клиенты.

## MARKETING TOOLS FOR FORMING AND MAINTAINING CONSUMER LOYALTY

**Karandeeva Ksenia Aleksandrovna,  
Volovskaya Nina Mikhailovna**

**Abstract:** This article identifies the key areas of the company's work with customer loyalty. The main marketing tools for forming and maintaining loyalty are considered. The essence and significance of each instrument is determined. The main ways of forming consumer loyalty are highlighted.

**Key words:** loyalty, loyalty formation, loyalty maintenance, loyalty formation tools, loyalty maintenance tools, customers.

В настоящее время тема формирования клиентской лояльности является очень актуальной и вызывает интерес у практикующих маркетинговых консультантов и ученых. На практике существует три главных направления работы компании с лояльностью потребителей:

- поддержание лояльности клиентов – данное направление является важным, т.к. лояльный клиент может выступать в качестве рекламодателя для вашей компании, путем высказывания своего мнения о товаре/услуге, а также путём предоставления рекомендаций своим знакомым;
- формирование лояльности у нелояльных клиентов – направление выступает немаловажным, т.к. нелояльные клиенты компании – непостоянные клиенты, в связи с этим происходит отток клиентской базы, что крайне нежелательно для компании.
- информирование потенциальных клиентов - данное направление является одним из источников увеличения клиентской базы, что в последствии положительно влияет на финансовые результаты компании.

Наиболее распространённым инструментом формирования лояльности потребителя к организа-

ции выступает сервисное обслуживание. Качественная работа сотрудников, индивидуальный подход к клиенту в период обслуживания, свершения покупки, а также в период послепродажного обслуживания выступают важнейшими элементами при формировании лояльности потребителя и мнения о компании в целом.

Вторым инструментом формирования лояльности потребителей является CRM-система, которая изначально была разработана адвокатом М. Перкиным. Система управления взаимоотношениями с клиентами выступает в качестве бизнес-стратегия компании. Данная стратегия направлена на выстраивание взаимовыгодных отношений компании со своими потребителями, в основе которой лежит использование ведущих управленческих и информационных технологий. Помимо этого, целью данной стратегии является рост и увеличение доходности бизнеса компании через повышение лояльности клиента на протяжении всего цикла взаимодействия с ним [1].

Так же одним из инструментов формирования лояльности клиента является напоминание компании о себе. Отправление смс или e-mail, с предложением воспользоваться услугами или приобрести продукцию, в том числе новинки, или напоминанием о том, что клиент записан на услугу или ему необходимо продлить срок действия чего-либо. При использовании данного инструмента следует помнить о том, что чрезмерное количество напоминаний или рассылок может вызвать негативные эмоции у потребителя по отношению к компании.

Помимо этого, популярным вариантом установления и формирования долгосрочных взаимоотношений с потребителями являются программы лояльности.

Такие авторы, как Райхельд Ф. и Тил Т. выдвигают мнение о том, что «программа лояльности – бизнес-процесс идентификации, поддержания и увеличения «отдачи» от лучших клиентов с использованием интерактивных коммуникационных отношений и формирования эмоциональной взаимосвязи клиентов с брендом и бизнесом» [2, с.106]. При анализе данного определения следует обратить внимание на то, что авторы указывают на влияние эмоциональной составляющей лояльности, а также на то, что компании стараются внедрять необычные и непривычные для потребителей способы взаимодействия, чтобы увеличить лояльность с их стороны, а также повысить вероятность повторных покупок.

В программах лояльности применяются различные инструменты, такие как [3, с.59]:

- предоставление фиксированной скидки;
- персонализированные карты;
- разделение категорий клиентов (платиновая, золотая, серебряная карты. Размер скидки зависит от категории);
- прогрессивные шкалы скидок (чем больше сумма покупок, тем более высокая скидка);
- бонусы, накопительные скидки;
- подарки, лотереи, розыгрыши.

Внедрение программы лояльности требует детальной проработки и подготовки, а также больших финансовых вложений. Так же необходимо понимать, что нет универсальной программы, подходящей каждой организации. Программу лояльности необходимо разрабатывать исходя из специфики своего бизнеса.

В том случае, когда необходимо сформировать лояльность у клиентов компании сферы услуг, важно помнить, что услуга – товар неосязаемый, оценка качества которого, в большей степени субъективна. Личные рекомендации и советы клиентов компании, специализирующейся в области предоставления услуг – основной источник привлечения новых клиентов. Следует обратить внимание так же на то, что клиент компании, обратившийся в организацию после рекомендаций, является более лояльным к продукту компании, то есть обеспечивает большую доходность, не реагируя на предложения конкурентов с аналогичной услугой. Необходимо заметить, что маркетинг отношений и разработка программ лояльности, для предприятий сферы услуг выступают основным методом поддержки и сохранения конкурентоспособности. Управлять взаимоотношениями с клиентами – это значит привлекать новых покупателей услуги, нейтральных потребителей превращать в лояльных клиентов, преданных клиентов делать своими агентами.

В заключение, хотелось бы отметить, что не существует универсального инструмента для фор-

мирования и поддержания лояльности клиента. Каждой компании необходимо подходить осознанно и продуманно к решению данных вопросов, выбирать и подстраивать под себя тот инструмент, который действительно будет работать, и приведет к повышению уровня лояльности клиентов к организации и как следствие к увеличению объема продаж.

#### Список литературы

1. Тануркова И.Г. Инструменты формирования и поддержания лояльности потребителей // Современные научные исследования и инновации. 2017. № 6 [Электронный ресурс] URL: <https://web.snauka.ru/issues/2017/06/83634> (дата обращения: 30.09.2021)
2. Райхельд Ф., Тил Т. Эффект лояльности: движущие силы экон. роста, прибыли и непреходящей ценности. М.: Вильямс, 2005. — 383 с.
3. Шарипова Н.А. Инструменты программ лояльности // Сибирский торгово-экономический журнал. 2015 . № 2. С. 59-60.

УДК 339.138

# ДИЗАЙН УПАКОВКИ КАК ЧАСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

**ДЕДОВА ДАРЬЯ ЕВГЕНЬЕВНА**

Студент

ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет  
(национальный исследовательский университет)»**Научный руководитель: Трофименко Елена Юрьевна**

к.э.н., доцент

ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет  
(национальный исследовательский университет)»

**Аннотация:** в данной статье рассматривается многообразие и влияние элементов дизайна упаковки на потребительский выбор. В статье приводится описание актуальности темы дизайна упаковки как части маркетинговых коммуникаций, описываются колористика как элемент дизайна упаковки и основные цветовые схемы, применяемые в дизайне упаковки; приводятся типографика и основные виды шрифтов, используемых в дизайне упаковки, а также их расположение. Рассматриваются форма и размер упаковки, влияние их на товарный спрос, а также приводятся основные стили и направления в современном дизайне упаковки.

**Ключевые слова:** дизайн, упаковка, колористика, типографика, товарный спрос, форма упаковки, размер упаковки, виды шрифтов, сочетания цветов, направления дизайна, дизайн упаковки.

## PACKAGING DESIGN AS A PART OF MARKETING COMMUNICATIONS

**Dedova Daria Evgenievna***Scientific adviser: Trofimenko Elena Yurievna*

**Abstract:** This article examines the diversity and influence of packaging design elements on consumer choice. The article describes the relevance of the topic of packaging design as part of marketing communications, describes color as an element of packaging design and the main color schemes used in packaging design; provides typography and the main types of fonts used in packaging design, as well as their location. The form and size of packaging, their impact on product demand are considered, as well as the main styles and trends in modern packaging design.

**Key words:** design, packaging, color, typography, product demand, packaging form, package size, types of fonts, color combinations, design directions, packaging design.

Актуальность. В наше время люди обеспечены всевозможными товарами от самых разных производителей. Чтобы успешно реализовать свой продукт, фирмам необходимо разрабатывать определённые маркетинговые решения, нацеленные на обращение внимания покупателей к своему продукту.

Одним из самых действенных маркетинговых решений для этой цели является качественный, уместный для определённой цели фирмы дизайн упаковки. Сегодня, в век социальных сетей и значимости визуальной привлекательности всей действительности, очень важно грамотно подобрать дизайн упаковки. Чем более привлекающий внимание, уместный, но при этом отличающийся от конкурентов



дизайн фирма разработает, тем больше шансов у нее на то, чтобы на полках магазинов покупатель заметил этот товар.

Актуальность темы дизайна упаковки как части маркетинговых коммуникаций заключается в появившейся в 21 веке, веке глобальных коммуникаций, потребности покупателей в демонстрации своего престижа путем привлекательной визуальной картинкой окружающей покупателя действительности, которая формируется за счёт приобретаемых им товаров и услуг в том числе. Фирмам важно сделать свой товар визуально приятным для потребителя, ведь симпатия одного из органов его чувств - зрения, уже будет мощной мотивацией для покупки товара фирмы, что, как следствие, в перспективе может обеспечить ей успешную деятельность.

Колористика как элемент дизайна упаковки. Колористика – наука о природе цвета, его основных, составных и дополнительных видах, характеристиках, контрастах, смешении, колорите, цветовой гармонии. Положения, которые включает в себя эта наука, широко используется на практике в сфере дизайна, в том числе в сфере дизайна упаковки. [1]

Цвет — один из фундаментальных признаков, на которых основан дизайн. В руках профессионала он может стать мощным инструментом. Он влияет на многие факторы, которые играют большую роль в визуальном восприятии. Цвет оказывает огромное воздействие на наше сознание, он меняет наше отношение к любому предмету буквально за секунды, а также заставляет людей реагировать на него и даже предпринимать определенные действия.

На первый взгляд учение о цвете может показаться не таким уж и сложным для освоения, но если углубиться в детали, становится понятно, что необходимо учитывать множество тонкостей.

Человек воспринимает действительности посредством своих органов чувств. Большую роль играют органы зрения, которые помогают нам ориентироваться в пространстве и оценивать окружающую нас обстановку.

Когда человек видит определённые цвета, в его голове включаются ассоциации на основании пережитого опыта. Беря во внимание цвет предметов, человеческий мозг посредством ассоциаций определяет для себя симпатию или антипатию к предмету, степень его потенциальной угрозы для своего организма и многое другое. Поэтому очень важно грамотно подбирать цветовую палитру при создании дизайна упаковки.

В сфере ассоциаций цвета с определенными явлениями и предметами в человеческом мозге установить какие-либо правила трудно, так как каждый человек индивидуально воспринимает цвета. Однако существуют определённые социологические исследования, которые проводились на основании опыта различных деятелей искусства и науки, начиная со времен Древней Греции. Так, классически принято считать, что красный чаще всего ассоциируется с огнем и кровью, желтый – с солнцем, синий – с небом и водой, а зеленый – с листвой деревьев и травой. [2, с. 23]

Однако классически принятые ассоциации нельзя называть инструкцией к действию и использовать цвета только на основании представленных ассоциаций. Важно понимать, что, помимо этого, существуют также и другие аспекты восприятия цвета: тон, яркость, хроматичность и насыщенность — это основные характеристики цвета для восприятия.

Для подбора корректного и более приятного сочетания цветов в колористике используется один из самых универсальных инструментов – цветовой круг, представляющий из себя множество различных цветов, расположенных по окружности, и благодаря определенным разработанным схемам помогающий понять, какие цвета лучше всего сочетаются между собой. Он был придуман Исааком Ньютоном в 1666 году, и с тех пор претерпел множество различных изменений, но цель его осталась та же. Цветовой круг состоит из первичных, вторичных и третичных цветов, которые также известны как тоны.

Существуют несколько наиболее выигрышных схем сочетаемости цветов для использования их в дизайне, именуемые цветовыми палитрами или цветовыми гармониями. Важно подобрать наиболее уместную палитру, так как первое впечатление у потребителя создается визуальное с помощью органов зрения, которые транслируют симпатию или антипатию к товару еще до обработки всей остальной информации о нем с помощью цветового восприятия.

Первая схема – монохромная. Она представляет собой сочетаемость относительно близких к



друг другу тонов одного цвета и является беспрюигрышной схемой, так как за счет использования в основе только одного цвета ошибиться в ней очень трудно.

Вторая схема – аналоговая. В данной палитре используются цвета, расположенные близко друг к другу на цветовом круге. Она является сложнее монохромной за счет использования нескольких цветов и используется в тех случаях, когда товару не нужен контрастный дизайн.

Третья схема – комплементарная. Ее суть заключается в использовании цветов, находящихся противоположно друг к другу на цветовом круге, и она помогает создать контраст в палитре, что отличает ее от предыдущих двух схем.

Четвертая схема – раздельно-комплементарная. Она схожа с предыдущей схемой, но отличается тем, что используются два основных цвета, расположенных напротив друг друга на цветовом круге, и к каждому из этих цветов подбираются два или три цвета, которые лежат на круге возле основного. За счет использования смежных цветов контраст создается не такой резкий, как в предыдущей палитре, но она помогает добавить яркости и различных цветов в дизайн продукта.

Пятая схема – триадическая. Ее суть основана на трех отдельных равноудаленных друг от друга на цветовом круге цветах. Для сохранения баланса в схеме чаще всего рекомендуют использовать один выбранный цвет в качестве доминирующего, а два другие как акцентные. Такая схема помогает добавить больше красок в дизайн продукта.

Шестая схема – четвертичная. Данная схема является одной из самых сложных, но при правильном ее использовании можно достичь поразительных результатов и сделать дизайн приятным глазу. Она основана на том, чтобы выбрать на цветовом круге четыре цвета, являющиеся комплементарными друг к другу, которые при их соединении линией образовывали бы прямоугольник. [3]

Итак, отметить, что в сфере колористики дизайна упаковки производителю стоит выбирать такие сочетания цветов, которые бы вызвали нужную ассоциацию у потребителя при первом просмотре, а также визуально симпатизировали ему. Для правильного подбора цветовой палитры используется цветовой круг и схемы сочетаемости цветов, в соответствии с которыми можно получить наиболее грамотную с точки зрения колористики цветовую гармонию в дизайне продукта.

Типографика как элемент дизайна упаковки. Типографика - направление, которое содержит в себе правила о расположении текста, выборе шрифтов и размеров.

После оценки потребителем цветового оформления упаковки товара, им будет произведена оценка его содержимого. Она производится в том числе за счёт текста, расположенного на упаковке.

Важно, чтобы текст на упаковке был не только включающий в себя достоверную и описывающую товар информацию, но и был визуально понятным и разборчивым для потребителя, а также вызывал у потенциального покупателя определённые и желаемые фирмой ассоциации. Чтобы текст был разборчивым и понятным, необходимо подобрать корректное и удобное для чтения расположение текста на пространстве упаковки.

Расположение текста зависит от особенностей потребителей. Так, например, для категории западноевропейских потребителей (в число которых входят потребители российского рынка) будет необходимо сделать такое расположение текста, чтобы оно читалось слева-направо, для восточноазиатских же - справа-налево. Кроме того, согласно социологическим исследованиям, первая категория потребителей с наименьшим успехом воспринимает вертикальное расположение текста в отличие от второй категории, поэтому вертикальное расположение текста чаще всего является не самым удачным решением с точки зрения восприимчивости потребителя к информации, которую текст в себе несет. Диагональное расположение текста также не всегда является удачным – диагональный текст с размером шрифта мелким и средним тяжело воспринимается потребителем, поэтому использовать диагональ стоит в тех случаях, когда размер шрифта является крупным, а сам тип шрифта – минималистичным.

Шрифт может помочь фирме вызвать правильную ассоциацию упаковки товара с самим товаром непосредственно или же с направленностью деятельности фирмы. Главное отличие шрифтов друг от друга – наличие засечек на буквах. Чаще всего в соответствии с наличием или отсутствием замечен выделяют два типа шрифтов – антиква и гротеск.

Антиква – это шрифт с засечками, в названии шрифтов этого типа можно встретить слово «serif», что в переводе значит «засечка». Классический шрифт-антиква – это Times New Roman. Данный тип шрифтов следует использовать на товарах в том случае, если производитель хочет придать упаковке более официальный и строгий вид. Например, шрифт-антиква используется на упаковке творожных сурков «Б.Ю. Александров». Исходя из восприятия покупателей данного товара, можно сделать вывод, что за счёт официального и строгого вида упаковки товар оценивается как более ценный и более высокого качества в сравнении с товарами конкурентов.

Гротеск – это классификация шрифтов без засечек, в названии которых можно встретить слово «sans», что в переводе означает «без». Одними из популярных представителей данных шрифтов являются Arial и Helvetica. Данный тип шрифта чаще всего вызывает ассоциации лёгкости и современности. В качестве примера с того же рынка творожных сурков модно привести сырки фирмы «Чудо», простота шрифта на упаковках которых вызывает ассоциацию с современностью данного производителя. [4]

На сегодняшний день существует огромное количество шрифтов. В качестве основной тенденции в их употреблении в дизайне можно выделить переход от витиеватых шрифтов к более минималистичным. Не считается удачным употребление шрифтов с декоративными элементами наподобие «завитушек», так как это усложняет процесс чтения текста.

Для того, чтобы выделить определённую информацию на упаковке, рекомендуется использование сочетания шрифтов разных типов. Антиква помогает выделить наиболее значимую информацию, гротеск – дополнительную. Также приветствуется использование различных размеров шрифтов для того, чтобы структурировать текстовую информацию на упаковке.

Итак, с использованием методов типографики в дизайне упаковки фирма может добиться нужных ей ассоциаций у потребителей с помощью правильно подобранного шрифта, а также донести до них нужную информацию с помощью различного расположения текста и сочетания размеров шрифтов.

Влияние размера и формы упаковки на товарный спрос. Когда покупатель подбирает себе товар, он также может оценивать то, насколько товар удобен в переноске. Форма и размер упаковки влияют на комфорт потребителя в транспортировке товаров. Наиболее выгодным и потребителю, и продавцу будет являться размер упаковки, примерно на 25% превышающий свое содержимое. Для покупателя это обусловлено тем, что он сможет без повреждения содержимого ухватиться для перемещения товара за пустую часть упаковки, а также аккуратно открыть его с помощью пустого пространства в упаковке. Тем самым он получит свой товар после вскрытия упаковки в целостности и сохранности.

Для производителя выгода заключается в том, что визуально потребитель неосознанно оценивает более крупную упаковку как более крупный товар, то есть потребитель склонен к тому, чтобы увеличивать содержимое товара исходя из размеров упаковки.

Важно знать меру в том, чтобы увеличивать размер упаковки. Так, размеры упаковок чипсов компании "Лейс" сегодня стали уже причиной для шуток в обществе, так как компания выпускает упаковки, которые крупнее самого размера товара на 50 и более процентов. Однако на успехе компании это не сильно отражается, ведь таким ходом они защищают хрупкий продукт от чрезмерных повреждений.

Тем не менее, в случае с другими компаниями несоответствие визуального содержимого упаковки его фактическому содержимому по объёму может подорвать репутацию продавца, поэтому не стоит злоупотреблять увеличением размеров упаковки.

Говоря о форме упаковки, стоит отметить, что она должна в полной мере соответствовать содержимому товара, чтобы не вводить в заблуждение потребителя. Однако не стоит в буквальном смысле делать круглую форму упаковки для круглых товаров, квадратную - для квадратных. Форма упаковки должна также быть комфортной для переноски, и зачастую ухватиться человеку гораздо проще за угловую поверхность.

Упаковки крупного формата стоит также снабжать ручками для комфорта потребителя. В первую очередь, так ему будет ухватиться за товар на полке, и, вероятнее всего, на такой товар он обратит большее внимание, чем на товары конкурентов, так как рациональный потребитель также склонен к продумыванию вариантов перемещения товара, осознавая его размеры, во-вторых, таким ходом компания выразит свою внимательность к потребителю и, вероятно, повысит репутацию.

Если товар является каким-либо органическим продуктом питания либо другой продукцией, которую фирма хотела бы продемонстрировать наглядно, будет удачно прибегнуть к прозрачным вставкам в упаковке, чтобы покупатель не только видел упаковку товара, но и сам товар непосредственно. Доверие потребителя в этом случае повышается, так как он сразу будет понимать, что представляет из себя товар, скрывающийся за упаковкой.

Так, чем более продуманная форма и размер упаковки у товара, тем больше вероятность, что потенциальные покупатели обратят на него внимание и купят его. Форма и размер оказывают высокое влияние на комфорт потребителя при транспортировке своих покупок, поэтому фирмам стоит обращать внимание на данные параметры, ведь они могут сказаться на потребительском спросе на их товар.

Основные стили и направления в современном дизайне упаковки. На сегодняшний день очень продвинулся дизайн упаковки после пандемии, которая вынудила производителей перейти на онлайн-формат продаж, где очень важна визуальная составляющая товара. В 2021 году дизайн упаковки приобрёл свои тенденции. Далее будут рассмотрены некоторые из них.

Первой тенденцией модно выделить стиль аутентичного винтажа. В него входят не только винтажные орнаменты на упаковке, но и сама форма упаковки, материал, его текстура, цвета. Ретро-детали в стилистике упаковки выделяют производителей на полках магазинов, привлекая внимание покупателей.

Второй тенденцией можно выделить гиперупрощенную геометрию. В этой стилистике много минималистичных деталей, шрифт на упаковке максимально простой и лаконичный. Цветовая палитра отличается сильной контрастностью и яркостью, а художественные элементы на упаковке представляют из себя абстрактные геометрические фигуры.

Третьей тенденцией является упаковка как произведение искусства. На таких упаковках текста обычно присутствует минимум, зато сама упаковка за счет элементов дизайна привлекает к себе внимание. Дизайнеры черпают свое вдохновение в признанных произведениях искусства, интегрируя элементы из них в свои проекты. Такую стилистику в большей степени можно увидеть на продукции премиум-класса, но и в среднем ценовом сегменте она уже набирает обороты.

Четвёртой тенденцией выделяют использование технических и анатомических рисунков на упаковках. В данной стилистике дизайнеры внедряют на упаковку такие изображения продукта, которые будто берутся из инженерных чертежей или анатомической книги. Такие дизайны также можно увидеть по большей степени в продуктах премиум-класса, и они добавляют ассоциации у потребителей с качеством, дороговизной и надежностью.

Ещё одной тенденцией является color blocking. Он предполагает использование 2-3 цветов в палитре и очень абстрактных деталей - спиралей, точек, пятен. Его суть также, как и в третьей тенденции, заключается в минимализме упаковки, но в данном случае этот минимализм не является геометрическим - он более плавный и мягкий. Бытует мнение, что данная тенденция перекочевала из тенденций в сфере современного искусства, которое набирает популярность среди всех возрастных категорий.

Следующая тенденция - расположение названий продуктов в центре упаковки. Это идеальная стилистика для тех фирм, которые хотели бы повысить спрос на свой продукт, так как благодаря такому расположению сразу понятно, что из себя он представляет. В данной тенденции большую роль играет типографика, так как основной упор дизайна упаковки идёт именно на привлечение покупателей путем использования интересных шрифтов.

Однотонные дизайны также являются одной из тенденций дизайна упаковки в 2021 году. Этот вариант максимально прост, но при этом смотрится выигрышно, так как продукт не теряется на полках магазинов, где пестрят разными красками каждый из товаров. Однотонный дизайн продукта позволяет заявить о нем и выделить его из конкурентов. [5]

Данные тенденции выделяются на основании не только их используемости дизайнерами сегодня, но и на основании опросов о предпочтительности среди потребителей, поэтому фирмам выгодно прислушиваться к тенденциям и уметь подстраивать свои решения в сфере дизайна для того, чтобы успешно функционировать.

Заключение. В рамках данной статьи были рассмотрены такие элементы дизайна упаковки, как

колористика, типографика, а также было представлено влияние формы и размера упаковки на товарный спрос и приведены основные тенденции в дизайне упаковки.

Исходя из приведённого материала, можно понять, что дизайн упаковки играет огромное значение в степени успешности реализации продукта. Влияние дизайна на один из главных органов чувств – зрение, обеспечивает продавцу коммуникацию с потребителем еще до того момента, когда он чётко поймёт для себя, что за товар представлен перед ним.

Дизайн может помочь фирме выделить свою продукцию среди конкурентов и обеспечить свою деятельность, ведь первое впечатление о товаре формируется именно визуальное, и привлекательность товара может стать первым шагом в том, чтобы потребитель отдал свое предпочтение именно этой продукции.

#### Список литературы

1. Поплёвина В. А. Цветоведение. – Тамбов: Издательство ООО Орион. – 2016. – 119 с.
2. Вибер Ж. Живопись и ее средства. – Москва: Издательство Сварог и Ко. – 2000. – 230 с.
3. Колористика для дизайнеров. Термины и определения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://deadsign.ru/design/color-glossary-for-designers-terms-and-definitions/>. (20.07.2021)
4. Летушов Г. Что такое типографика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [https://skillbox.ru/media/design/chto\\_takoe\\_tipografika/](https://skillbox.ru/media/design/chto_takoe_tipografika/). (24.07.2021)
5. 10 ярких трендов дизайна упаковки в 2021 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://copackingcenter.ru/blog/blog/10-yarkikh-trendov-dizajna-upakovki-v-2021-godu>. (25.07.2021)

УДК 316.772.4

# ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ОНЛАЙН-КАНАЛОВ ПРОДВИЖЕНИЯ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ

**МАРКАСОВА ОЛЬГА АЛЕКСАНДРОВНА,**кандидат филологических наук, доцент кафедры маркетинга, рекламы и связей с общественностью  
эксперт в областях лингвомаркетинга, психолингвистики**ХАТАНОВСКАЯ ИНГА ЮРЬЕВНА**магистрант, кафедра маркетинга, рекламы и связей с общественностью  
Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»

**Аннотация:** в данной статье рассматривается методология оценки эффективности онлайн-продвижения компании в интернет-среде. Рассмотрены онлайн-каналы и инструменты для продвижения: социальные сети, таргетированная реклама, контекстная реклама, чат-боты. Проведена оценка эффективности онлайн-каналов продвижения организации.

**Ключевые слова:** реклама, онлайн-каналы, продвижение, чат-бот, целевая аудитория, медиаплан, контент, каналы коммуникации, маркетинговые коммуникации, традиционный маркетинг, контент-маркетинг, рекламный бюджет, оценка эффективности.

## EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF ONLINE PROMOTION CHANNELS IN THE INTERNET ENVIRONMENT

**Khatanovskaya Inga Yuryevna***Scientific adviser: Markasova Olga Aleksandrovna*

**Abstract:** This article discusses the methodology for evaluating the effectiveness of the company's online promotion in the Internet environment. Online channels and tools for promotion are considered: social networks, targeted advertising, contextual advertising, chatbots. The effectiveness of the organization's online promotion channels was evaluated.

**Key words:** advertising, online channels, promotion, chatbot, target audience, media plan, content, communication channels, marketing communications, traditional marketing, content marketing, advertising budget, performance evaluation.

Интернет-технологии развиваются с каждым днем, создаются новые бизнесы, которые нуждаются в повышении своей узнаваемости на рынке, поэтому на сегодняшний день, каждый прибегает к интернет-продвижению. Преимуществами онлайн-продвижения в интернет-среде заключается в невысоких входных барьерах, возможности быстрого анализа и внедрения инновационных онлайн-каналов продвижения, а также высокой лояльности в отношении потенциальных покупателей и целевой аудитории организации.

Интернет-реклама, как и любой другой метод продвижения должна привлекать внимание целевой аудитории, побуждать интерес к товарам и услугам, вызывать желание приобрести и вернуться снова. Показатели эффективности онлайн-продвижения должны отражать все этапы.

Эффективность рекламы имеет два взаимосвязанных между собой пункта. К ним относят коммуникативную и экономическую эффективность рекламной кампании. Коммуникативная определяет с ка-



кой скоростью коммуникативного воздействия рекламной кампании влияет на ту аудиторию, на которую направлена реклама. Она включает в себя имидж продукта или услуги, позиционирование организации, узнаваемость компании (бренда), восприятия проводимой рекламной кампании.

Другой пункт – экономическая эффективность показывает эффективность показателей, например, таких как прибыль, доходы, затраты на рекламу, темп роста, объем продаж товаров или услуг и т.д.

На сегодняшний день, к оценке эффективности онлайн-каналов продвижения можно отнести *post-click* и *post-view*. Данные методы дают возможность наглядно увидеть результат рекламных кампаний и объявлений с помощью аналитики всех действий пользователей, куда также относятся охват, просмотры опубликованных публикаций, клики и взаимодействия. Используя данные методы, можно оптимизировать рекламные кампании в интернет-пространстве.

Существует уже сформированная система показателей для оценки эффективности онлайн-каналов продвижения компании, к ним можно отнести:

- хит;
- хост;
- ROI;
- САС;
- CPL;
- CV;
- СТВ и др.

Каждый из вышеперечисленных показателей имеет свою особую специфику и особенности. Какие-то из них могут быть использованы для оценки определенных онлайн-каналов продвижения, другие, например, могут являться универсальными и подходить для оценки абсолютно любого онлайн-канала, который был задействован.

Рассмотрим каждый показатель в отдельности.

Хиты и хосты – показатели, которые в большинстве случаев используются при оценке эффективности использования коммерческих интернет-сайтов. Хит – это страницы сайта, просмотренные пользователями и посетителями. Хост – это уникальные посетители сайта, которые просматривают страницы коммерческого сайта. При подсчете хитов и хостов определяется рекламная мощность коммерческого сайта компании.

Помимо хитов и хостов, для оценки эффективности онлайн-рекламы, применяют показатели оценки воздействия на целевую аудиторию CTR, СТВ, СТИ, RIO.

CTR является основным показателем эффективности онлайн-рекламы и просчитывается в первую очередь. Другими словами – это показатель кликабельности, или сколько пользователей в общей сумме перешли по рекламному сообщению. CTR может колебаться от 0,1 % до 3 %. При условии, что реклама была хорошо и правильно настроена, данный показатель может достигать до 10%, а то и выше.

Важно понимать, что, например при анализе эффективности имиджевой рекламы, показатель CTR не так важен, как внимание потенциальные потребители (количество показов рекламного сообщения). В таком случае, для оценки эффективности используются другие параметры.

Анализ пользователей, которые заинтересовались рекламным сообщением или посетили несколько страниц, проводится с помощью общей оценки посетителей сайта.

CTR полностью зависит от типа и вида рекламы и его показа. CTR и СТИ анализируют отдельно и далее оценивают, как воздействуют показатели на ход рекламной кампании.

RIO показатель является одним из универсальных показателей, который используется для оценки эффективности онлайн-каналов продвижения организации. Показатель RIO является коэффициентом возврата всех инвестиций. Применяя его, можно определить, сколько всего прибыли принес каждый вложенный рубль в раскрутку и применение какого-либо онлайн-канала продвижения компании.

Также для оценки эффективности используются такие показатели, как САС и CPL. Они часто встречаются и с их помощью можно определить стоимость привлечения лида (потенциального клиента). В данном случае, под лидом (потенциальным клиентом) понимается какое-либо действие (целевое), которое совершил пользователь, которое соответственно конвертируется в продажу товара или

услуги организации.

Показатель кликабельности публикации CV показывает долю всех пользователей (посетителей) ресурса, которые совершили какое-либо действие (целевое) после того, как перешли на тот или иной веб-ресурс.

Показатель эффективности используемой рекламы СТВ выводится при помощи соотношения числа посетителей, которые совершили покупку к общему числу посетителей какого-либо веб ресурса.

Важно брать во внимание, что оценка эффективности онлайн-каналов продвижения компании проводится не только на стадии планирования, но и на этапе контроля их реализации.

По статистике организации тратят от 5 до 10% дохода на продвижение и рекламу. Каждому существующему и вновь создаваемому бизнесу важно знать куда он вкладывает бюджет и насколько реклама будет эффективной и на сколько увеличится доход.

Эффективность рекламы близко связана с теми целями, которые изначально были поставлены при проведении рекламной кампании, и она зависит от нескольких факторов:

- соответствует ли выделенный на проведение рекламной кампании бюджет;
- достигнута ли цель и завершены ли задачи в результате проведенной рекламной кампании.

Все показатели нуждаются в статистической обработке. Собранный информация может быть получена посредством программного обеспечения, но также есть проблемы, которые влияют на показатели это сложность и неточность. Это приводит к тому, что становится сложно планировать бюджет, управлять всеми затратами и разрабатывать дальнейшую стратегию онлайн-продвижения организации.

Для того чтобы оценить коммуникативную эффективность рекламной кампании, должно быть фиксированное количество кликов (переходов) по определенному рекламному сообщению, а также общее количество его показов в интернете.

Данную информацию можно получить несколькими способами:

1. С помощью статистики сайта, где опубликовано рекламное объявление.
2. С помощью статистики рекламируемого сайта (где отображаются количество пользователей, которые перешли на сайт после клика на рекламное сообщение).
3. С помощью статистики организаций, которые предоставляют услуги по онлайн-продвижению и рекламе компаний.

Вышеперечисленные данные должны быть внимательно и тщательно проверены перед тем, как будет проводиться оценка эффективности проводимой рекламной кампании.

При использовании серверных и клиентских средств мониторинга можно оценить количество показов, кликов публикации и количество посетителей. С помощью расчета среднего значения по перечисленным трем пунктам, можно получить наиболее точные данные.

С помощью анализа поведения пользователя (потенциального потребителя/лида) на веб сайте можно понять интерес пользователя к данному веб сайту, например, сколько времени пользователь провел на сайте, посещал ли он ссылки, переходил ли на другие страницы, пользовался ли формой обратной связи и т.д. Также для коммуникативной оценки можно проводить анкетирование, для того чтобы узнать от куда пользователь узнал о сайте. Помимо анкетирования, часто на сайте предоставляют возможность получить скидку с помощью QR-кодов, промокодов, которые являются личным идентификатором потенциального клиента.

Оценка эффективности рекламной кампании должна проводиться на конкретном полученном результате, а не на базе оценки посещаемости. Результат должен иметь финансовый эквивалент, так как в другом случае публикация рекламного сообщения и ее оценка эффективности будет нецелесообразна.

### Список литературы

1. Азоев Г.Л. Маркетинговые исследования собственными силами: Электронное учебное пособие для руководителей и специалистов предприятий малого бизнеса, Издательство: Кордис& медиа, 2006. С. 89-120.



2. Азоев Г.Л., Баранчев В.П., Гунии В.Н. Управление организацией. 4-е изд. Издательство: Инфра-М, 2016. С. 121-132.

3. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000.С. 234-312.

4. Акимова О. В. Маркетинговые коммуникации. М.: LAP LambertAcademicPublishing, 2011. 188 с.

5. Амирова Д. Р. Преимущества использования инструментов интернет-маркетинга для современных компаний // Экономика и бизнес: теория и практика. 2018. № 2. С. 14-17.

# ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 336.71

# БРЕНД И ОСОБЕННОСТИ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТА В БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ

**ШАГИНЯН ТАТЕВИК ВАЗГЕНОВНА**Научный сотрудник, аспирант  
Институт экономики имени М. Котаняна НАН, РА

**Аннотация:** В последнее время создание бренда и его системы управления получило широкое распространение среди организаций. Создание бренда - наиболее эффективный способ обеспечить стабильный спрос на банковские услуги, особенно при наличии высококонкурентных банковских продуктов со схожими характеристиками. Несмотря на то, что бренд оказывает большое влияние на потребителей, для сохранения своей конкурентоспособности он должен постоянно адаптироваться к меняющимся внешним условиям. В статье представлены самые дорогие банковские бренды последних лет, особенности их создания и управления. Рассмотрена важность ребрендинга в процессах управления брендом.

**Ключевые:** Банки, Республика Армения, бренд, бренд-менеджмент, ребрендинг.

## BRAND AND FEATURES OF BRAND MANAGEMENT IN THE BANKING SYSTEM

Shahinyan Tatevik Vazgen

**Abstract:** Recently, the creation of a brand and its management system has become widespread among organizations. Brand building is the most effective way to ensure stable demand for banking services, especially when there are highly competitive banking products with similar characteristics. Despite the fact that a brand has a great impact on consumers, in order to maintain its competitiveness, it must constantly adapt to changing external conditions. The article presents the most expensive banking brands in recent years, the features of their creation and management. The importance of rebranding in brand management processes is considered.

**Key words:** Banks, Republic of Armenia, brand, brand management, rebranding.

В контексте современных тенденций развития мировой экономики, а также по основным направлениям развития банковской системы большое значение приобрели вопросы, связанные с позиционированием банковских продуктов и услуг, а также с развитием их уникальности. В условиях нынешней конкуренции на банковском рынке, когда продуктовые линейки банков практически неотличимы друг от друга, финансовые и кредитные организации все больше внимание уделяют на свое название, логотип и корпоративные цвета [1].

Британская консалтинговая компания Brand Finance ежегодно оценивает бренды тысяч крупнейших компаний мира. Оценка бренда - одна из движущих сил, которая заставляет банк постоянно разрабатывать новые меры, направленные на развитие банковской деятельности и повышение качества предоставляемых услуг.

Прошлый 2020 год стал еще одним испытанием, как для мировой экономики, так и для банковской системы. Цены на самые дорогие банковские бренды в мире упали на беспрецедентную величину, примерно на две трети стоимости, из-за COVID-19 (коронавирусной пандемии).

Китайские банки обеспечивают 33% общей стоимости рейтинговых брендов, а китайский банк ICBC продолжает удерживать звание самого дорогого банковского бренда со стоимостью 72,8 милли-

арда долларов. Ниже мы представляем десятку самых ценных банковских брендов на период с 2020 по 2021 годы согласно рейтингу, составленному Brand Finance.

Таблица 1

**Самые дорогие банковские бренды в 2020-2021 годах (млн долларов) [2]**

№	Название банка	Страна	2021 г.
1.	ICBC	Китай	72,788
2.	China Construction Bank	Китай	59,649
3.	Agricultural Bank Of China	Китай	53,134
4.	Bank of China	Китай	48,689
5.	Bank of America	США	32,787
6.	Citi	США	32,200
7.	Wells Fargo	США	31,805
8.	Chase	США	28,849
9.	JP Morgan	США	23,565
10.	China Merchants Bank	Китай	21,044

В последние годы китайские банки и финансовые учреждения возглавляют список мировых брендов. HSBC Bank, в 2021 году, со стоимостью бренда в 17,028 миллиона долларов, занимает 11-е место. Среди российских банков Сбербанк занял 29-е место со стоимостью бренда 9,395 миллиона долларов.

Таким образом, говоря о тактике китайских банковских брендов, следует отметить, что основная стратегия китайской бизнес-моделей - построение крупной многоуровневой дистрибьюторской сети. Первое место в этой сети занимает эксплуатационная значимость и цена продукта, благодаря чему китайское производство развивалось последние два десятилетия. Теперь китайские компании, в том числе банки, начали строить эмоциональные отношения с клиентами. В 2009 году General Motors и SAIC Motor Corporation Limited объявили о создании совместного предприятия и подписали кредитное соглашение с китайским банком ICBC. Подписание контрактов с крупными международными компаниями вносит большой вклад в формирование сильного бренда, создавая уникальный синергетический бренд.

Руководители китайских брендов мгновенно копируют опыт и достижения своих западных коллег, применяют лучшие западные стратегии и становятся серьезными конкурентами как для иностранных компаний, работающих на китайском рынке, так и на внешнем рынке. Быстрые изменения на внутреннем рынке Китая, иными словами, постоянный рост, создают новые возможности для развития и развития инновационных подходов к управлению брендом. Таким образом, монополия на производство мировых брендов теперь принадлежит не Западу, а Китаю.

Стоимость бренда - это денежная оценка торговой марки компании. Бренд, используемый в крупных коммерческих ситуациях, считается более ценным. А вот сила бренда - это комплексная оценка, включающая такие параметры, как потребительское отношение и маркетинговые вложения. Если эти показатели высоки, то у бренда появляются новые возможности для роста и повышения эффективности своей деятельности.

Использование технологий ребрендинга получило распространение в современном маркетинге. В современных условиях банки проводят ребрендинг для различных целей, в частности, для преодоления проблем с лояльностью клиентов, восстановления дискредитированной репутации, привлечения инвестиций, а также для завоевания новых рынков. Ребрендинг часто помогает клиентам обратить внимание на банк и на позитивные изменения, происходящие внутри. В настоящее время в условиях растущей конкурентной среды в банковской системе чрезвычайно сложно разрабатывать новые продукты и услуги, что является причиной для того, чтобы банки переносили конкуренцию на уровень банковских брендов. Это требует тщательного планирования и связано с большими затратами, которые, в

свою очередь, требуют измерения и сравнения с достигнутым результатом.

Таким образом, в заключение можно сказать, что правильная политика управления брендом очень важна как для банков, так и всех организаций в целом. Благодаря проработанной политике повышается уровень узнаваемости банка, как среди потенциальных клиентов, так и на международных рынках.

#### Список литературы

1. Дьяченко О. «Перекрашиваем» бренд и меняем философию // ИА «Банкир. Ру».
2. [Электронный ресурс]: // Brand Finance // <https://brandirectory.com/>

© Шагинян Т. В., 2021

# БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

УДК 330

# ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ: ВОЗМОЖНОСТИ ПРИЗНАНИЯ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

БУКИНА ЕКАТЕРИНА ЕВГЕНЬЕВНА

Студент

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

**Аннотация:** В настоящее время в условиях инновационной экономики, когда человеческие активы являются одними из главных катализаторов развития инновационной и финансово-хозяйственной деятельности предприятия, человеческий капитал остается без признания в бухгалтерском учете. В статье исследуются возможности признания человеческого капитала в бухгалтерском учете.

**Ключевые слова:** человеческий капитал, бухгалтерский учет человеческого капитала, актив, бухгалтерский учет, финансовая отчетность.

## HUMAN CAPITAL: RECOGNITION OPPORTUNITIES IN ACCOUNTING

Bukina Ekaterina Evgenievna

**Abstract:** Currently, in an innovative economy, when human assets are one of the main catalysts for the innovative, financial and economic development of an enterprise, human capital remains unrecognized in accounting. The possibilities of recognizing human capital were explored in the article.

**Key words:** human capital, accounting human capital, assets, accounting, financial reporting.

Понятию «человеческий капитал» посвящено немало трудов как отечественных, так и зарубежных ученых. Особый интерес в научной литературе уделяется не только идентификации «человеческого капитала», но и вопросу возможности его признания и отражения в бухгалтерском учете.

Современная макроэкономическая концепция национального богатства построена на признании человека в качестве движущей силы не только экономики, но и общества в целом.

По оценке Всемирного банка, проведенной в 2017 г., человеческий капитал составляет наибольшую долю богатства как в России- 46%, так и в странах Организации экономического сотрудничества и развития- 70% (рис.1).

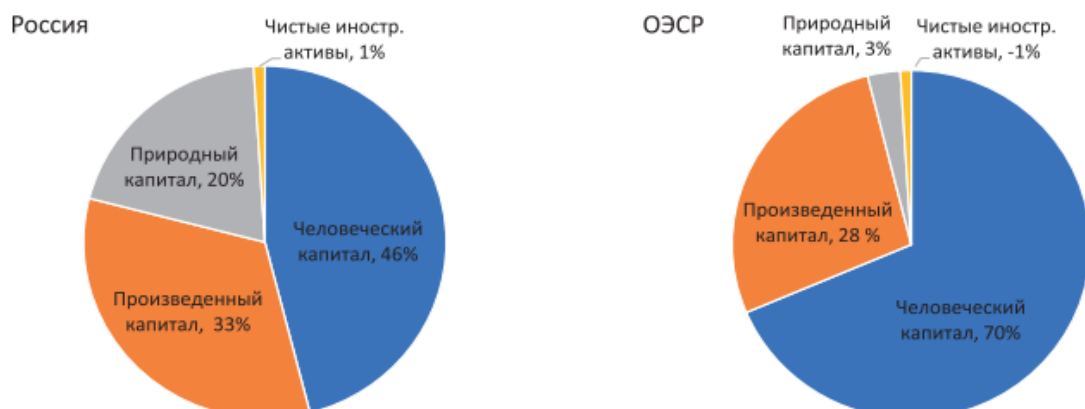
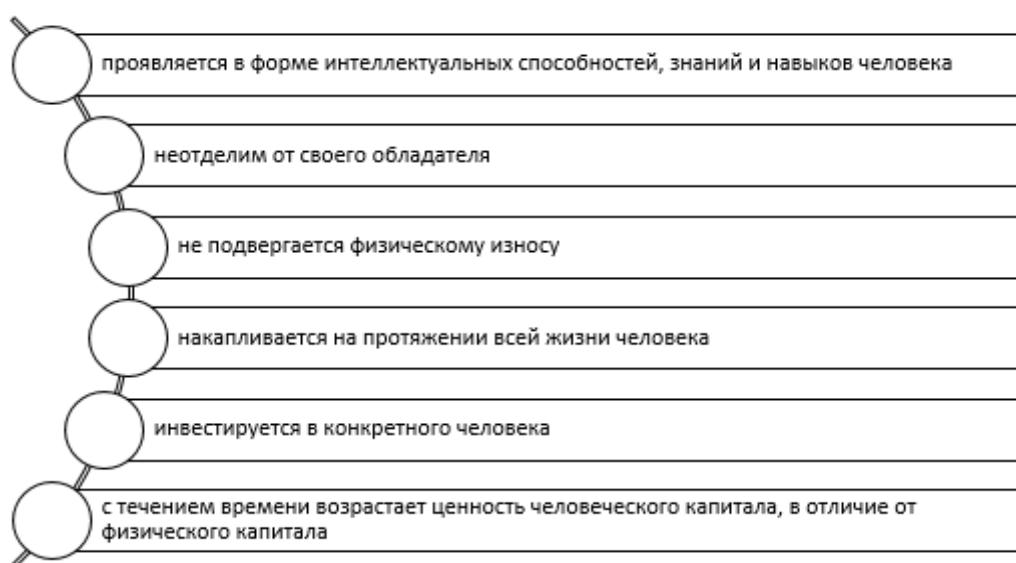


Рис. 1. Доля человеческого капитала в национальном богатстве России и странах ОЭСР



Знания, интеллектуальные способности, профессиональные навыки и опыт сотрудников являются движущей силой любого предприятия. Однако вопросы признания человеческого капитала в учете до сих пор остаются дискуссионными, в научной литературе отсутствуют единое трактование сущности «человеческого капитала», способы отображения и оценки человеческого капитала. Таким образом, актуальность данного исследования заключается в том, что в настоящее время недостаточно теоретических и практических разработок относительно возможности бухгалтерского отображения и оценки человеческого капитала, кроме того существует необходимость углубленного изучения аспектов учета человеческого капитала.

Человеческий капитал представляет собой совокупность неких активов, которыми обладает человек. Под активами понимаются уникальный набор знаний, интеллектуальных способностей, профессиональных навыков и других качеств человека. Основные свойства, характерные для человеческого капитала представлены на рисунке 2 (рис.2).



**Рис. 2. Основные свойства, присущие человеческому капиталу**

В настоящее время нет конкретного определения, которое бы в полной мере характеризовало сущность человеческого капитала. Интересно, что каждый автор имеет свой подход к определению сущности «человеческого капитала», исходя из особенностей направления своего исследования и теоретической установки, которой он придерживается.

В современном мире наибольшая часть полученного экономического эффекта является результатом применения сотрудниками предприятия определенных интеллектуальных знаний, профессиональных навыков, способностей и опыта. Интеллектуальный капитал становится устойчивым конкурентным преимуществом предприятия. В связи с этим руководство организаций уделяет все большее внимание нематериальным характеристикам своего персонала.

На основе анализа различных подходов к сущности дефиниции «человеческий капитал» было сформулировано определение, характеризующее человеческий капитал с позиции предприятия.

Человеческий капитал организации – это совокупность знаний, умений, профессиональных навыков, социальных качеств и компетенций сотрудников организации, являющиеся катализатором развития инновационной и финансово-хозяйственной деятельности предприятия, а также служащие источником его доходов. Данное определение подчеркивает значимость сотрудников в развитии деятельности предприятия.

Исследование научных трудов в области признания человеческого капитала в рамках бухгалтерского учета позволяет сделать вывод о том, что вопрос учета человеческого капитала на протяжении длительного периода времени остается дискуссионным.

В настоящее время сформировались две позиции в отношении признания в бухгалтерском учете человеческого капитала. Одни ученые утверждают о необходимости и важности ведения учета человеческого капитала, поскольку интеллектуальные знания, профессиональные навыки, способности и деловые качества сотрудников являются одним из главных катализаторов развития финансово-хозяйственной деятельности предприятия, а также источником формирования прибыли предприятия. И не учитывая во внимание этот фактор, бухгалтерская отчетность не может достоверно и в полной мере отражать потенциальную стоимость предприятия [3, с.5].

Сторонники противоположной позиции убеждены в том, что человеческий капитал нельзя подвергать бухгалтерскому учету, поскольку, во-первых, человеческий капитал не может быть отделен от своего непосредственного носителя, а, следовательно, не является собственностью предприятия, во-вторых, современные нормы законодательства в области бухгалтерского учета не позволяют отражать в учете интеллектуальные знания и профессиональные навыки сотрудников [5, с.4].

На основе проведенного анализа научных трудов в области признания человеческого капитала в бухгалтерском учете можно выделить следующие доводы в пользу и против отражения человеческого капитала в бухгалтерском учете (табл.1).

**Таблица 1**

**Систематизация аргументов в «пользу» и «против» отражения человеческого капитала в бухгалтерском учете**

Сторонники позиции	Аргументы в пользу отражения человеческого капитала в бухгалтерском учете	Аргументы против отражения человеческого капитала в бухгалтерском учете
Э. Фламхольц	отражение инвестиций в человеческие ресурсы необходимы для принятия важных стратегических решений	
О.А. Агеева, М.И. Кутер		сотрудники не являются собственностью предприятия
М.А. Мейриева	человеческие ресурсы формируют наибольшую ценность компании, для полной и достоверной оценки стоимости компании необходимо учитывать человеческий капитал	
Н.Н. Парасоцкая	при покупке бизнеса приобретаются не только активы компании, но и сотрудники, обладающие определенным набором профессиональных навыков и знаний, которые способны приносить экономические выгоды организации	
А.Э. Мельгуй, О.Н. Кузнецова, Ю.А. Дворецкая		действующее законодательство в области бухгалтерского учета не позволяет осуществлять учет человеческого капитала

Учитывая существенную роль влияния человеческого капитала на функционирование и развитие любой организации, а также возможность человеческого капитала оказывать влияние на стоимость компании, необходимо осуществлять учет человеческого капитала в организации.

Человеческий капитал является уникальным активом, в связи с отсутствием материально-вещественной формы, человеческий капитал может быть отнесен к нематериальным активам, однако:

П.3 ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов» регламентирует требования идентификации объекта в качестве нематериального актива.

Проведем анализ на предмет возможности признания человеческого капитала в качестве нематериального актива (табл. 2).

Таблица 2

### Удовлетворения человеческого капитала критериям признания нематериального актива

Критерий	Удовлетворение человеческого капитала критерию признания		
	ДА	НЕТ	Комментарий
1	2	3	4
объект способен приносить организации экономические выгоды в будущем	V		знания, навыки и профессиональные умения сотрудников являются источником, приносящим экономические выгоды
организация имеет контроль над объектом		V	знания, умения, профессиональные компетенции являются неотделимыми от своего носителя
возможность выделения или отделения (идентификации) объекта от других активов	V		набор профессиональных качеств, знаний, умений и навыков отдельно взятого сотрудника можно отделить от набора знаний, умений и навыков другого сотрудника
возможность выделения или отделения (идентификации) объекта от других активов	V		набор профессиональных качеств, знаний, умений и навыков отдельно взятого сотрудника можно отделить от набора знаний, умений и навыков другого сотрудника
объект предназначен для использования в течение длительного времени (срок полезного использования свыше 12 месяцев)	V		в большинстве случаев трудовой договор заключается на неопределенный срок
организацией не предполагается продажа объекта в течение 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев		V	человеческий капитал сотрудника не является собственностью организации
фактическая (первоначальная) стоимость объекта может быть достоверно определена		V	оценка человеческого капитала остается дискуссионным вопросом, в настоящее время не существует единой методики, при помощи которой можно достоверно оценить человеческий капитал

Человеческий капитал частично удовлетворяет критериям нематериального актива, однако, согласно ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов», для идентификации объекта в качестве нематериального актива требует одновременно удовлетворения всех критериев [1]. Следовательно, действующее законодательство не позволяет признавать человеческий капитал в качестве нематериального актива.

В связи с отсутствием возможности отражать человеческий капитал на счетах бухгалтерского учета и в составе показателей финансового учета, мы предлагаем осуществлять учет человеческого капитала в рамках составной части управленческого учета – кадровом учете, а также вести учет человеческого капитала на забалансовых счетах.

Для отражения человеческого капитала необходимо ввести новый забалансовый счет 012 «Человеческий капитал» с аналитикой в разрезе каждого отдельного сотрудника организации. Как и по другим забалансовым счетам, учет по счету 012 «Человеческий капитал» будет осуществляться по простой системе. Остатки по счету не будут влиять на финансовые результаты компании.

Первоначальная оценка человеческого капитала каждого сотрудника будет производиться методом анкетирования при трудоустройстве сотрудника. Последующая оценка человеческого капитала будет осуществляться по мере необходимости, например, после прохождения сотрудником обучения,

повышения квалификации, по распоряжению руководства.

Ведение учета человеческого капитала позволит своевременно формировать объективную информацию о человеческом потенциале организации, необходимую для принятия руководством важных стратегических решений.

#### Список литературы

1. Положения по бухгалтерскому учету "Учет нематериальных активов" (ПБУ 14/2007), утв. Приказом Минфина России от 27.12.2007 N 153н// СПС по законодательству России «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_63465/adf2cfd636e9e799777ca5e7c8add8b722dced71/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_63465/adf2cfd636e9e799777ca5e7c8add8b722dced71/) (06.08.2021 г.)
2. Шагай М.Ю. Бухгалтерский учет человеческого капитала/ Шагай М.Ю., Филоненко К.А., Черминская Л.Г// ЭКОНОМИКА, УПРАВЛЕНИЕ, ФИНАНСЫ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА сборник материалов XI-ой международной очно-заочной научно-практической конференции. 2019. с.94-101.
3. Авдеев, Е. В. Сущность и особенности формирования человеческого капитала / Е. В. Авдеев // International Agricultural Journal. – 2020. – Т. 63. – № 1. – С. 19.
4. Обущенко Т.Н. Бухгалтерский учет человеческого капитала// Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». — 2016. — №3. — С.1-13
5. Касаева, Т. В. К вопросу о сущности человеческого капитала / Т. В. Касаева, К. Н. Исакова // Вестник экспертного совета. – 2018. – № 4(15). – С. 129-134.
6. Кувалдина Т.Б. Человеческий капитал и человеческий ресурс: сущность и возможные варианты учета// Журнал «Инновационная экономика и общество». 2017. №4 (18). с.42-50.
7. Гурина А.С. Сущность человеческого капитала и проблемы отражения в бухгалтерском учете// АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВА, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ сборник статей X Международной научно-практической конференции: в 2 частях. 2017. С. 60-62.

УДК 657

# АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В БАНКЕ

ЛАШИН ВИКТОР АЛЕКСАНДРОВИЧ

магистрант

ФГБОУ ВО Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

**Аннотация:** В статье рассмотрены основные проблемы повышения качества внутреннего аудита в банках России и пути их решения. Установлено, что важным условием совершенствования методики и организации аудита на современном этапе его развития является внедрение информационных систем. Отмечено, что качество аудиторских проверок напрямую зависит от подготовки кадров и повышения их квалификации.

**Ключевые слова:** банк, внутренний аудит, внутренний контроль, служба внутреннего аудита.

## ACTUAL PROBLEMS OF IMPROVING THE QUALITY OF INTERNAL AUDIT IN THE BANK

**Abstract:** The article discusses the main problems of improving the quality of internal audit in Russian banks and ways to solve them. It is established that an important condition for improving the methodology and organization of audit at the present stage of its development is the introduction of information systems. It is noted that the quality of audits directly depends on the training of personnel and their professional development.

**Key words:** bank, internal audit, internal control, internal audit service.

В современном обществе роль контроля постоянно повышается и приобретает новые оттенки своей сущности. Так, согласно толковому словарю иностранных слов<sup>1</sup> «контроль» (фр. *contrôle*) – это проверка, а также наблюдение с целью проверки.

Контроль как функцию управления рассматривают через систему наблюдения и проверки процесса функционирования соответствующего объекта, сравнение плановых и фактических значений заданных параметров, выявления отклонений в параметрах и факторах, которые их вызвали. Поэтому именно контроль выполняет двустороннюю функцию связи между объектом управления и системой управления.

Исследуя классификацию контроля по отношению к хозяйствующему субъекту, обычно выделяют внешний и внутренний контроль. Внешний контроль осуществляется государственными институтами и независимыми субъектами контроля, то есть теми субъектами контроля, которые не относятся к организационной структуре банка. Внутренний контроль осуществляется контролирующими органами самого банка, а именно: ревизионной или инвентаризационной комиссией, подразделениями внутреннего аудита, риск-менеджмента.

Эффективный внутренний контроль является фактором, влияющим на повышение доверия кредиторов, инвесторов, вкладчиков и помогает выявить основные зоны риска в банке.

Современные сложные условия ведения бизнеса, необходимость учета глобализационных тенденций рынка, постоянные изменения в нормативно-правовом регулировании банковской деятельности, усиление конкуренции со стороны как отечественных, так и международных игроков, борьба за ресурсы ставит перед руководством банков новые вызовы и задачи, требующие поиска внутренних резервов стабилизации и повышению эффективности их деятельности. В настоящее время большую акту-

<sup>1</sup><https://foreign.slovaronline.com/6639-KONTROL>

альность приобретают исследования в области эффективного управления банками и систем внутреннего контроля. Это связано с необходимостью устойчивого развития банков, а также повышения их финансово-экономической результативности. Действующим и доступным инструментом такого поиска и, соответственно, одним из конкурентных преимуществ современного банка является внутренний аудит.

Если становление внешнего и внутреннего (в его традиционной интерпретации) аудита в России уже состоялось, то внедрение международных стандартов и практик в институциональном и в профессиональном аспектах находится только в начале такого пути. Это является следствием несовершенства законодательства по внутреннему аудиту в целом, в частности отсутствия нормативной базы и актуальной методики по проведению и документированию такого аудита.

Необходимо отметить, что банковская система является показателем развития экономики страны, поэтому она требует своевременного предупреждения различного рода рисков. Эффективное управление рисками в банке обеспечивается проведением внутреннего контроля, важнейшим элементом которого является внутренний аудит. Внутренний аудит банка - это независимая оценка системы внутреннего контроля, установленного в коммерческом банке. Внутренний аудит сосредоточен на:

1) оценке текущей деятельности банка и анализе информации о профессиональной деятельности ее работников, а также установлении ситуаций превышения полномочий должностными лицами банка;

2) контроле соблюдения законов, нормативно-правовых актов в Российской Федерации и решений органов управления банка;

3) анализе информации о деятельности банка и проверке результатов текущей финансовой деятельности банка;

5) предоставлении совету банка выводов и предложений по результатам проверок;

6) других функциях, связанных с надзором и контролем за деятельностью банка, анализе информационной системы, включая систему бухгалтерского учета и сопутствующих видов контроля, изучении финансовой и операционной информации, исследовании эффективности этих операций.

Важным условием совершенствования методики и организации внутреннего аудита на современном этапе его развития является внедрение информационных систем и компьютерных технологий. Для проведения внутреннего аудита в условиях компьютеризации необходимо иметь четкие методические рекомендации. Как представляется, в кредитной организации должны быть разработаны внутренние программы проверки, которые формируют описание комплексного подхода к организации, технологии и методики осуществления внутреннего аудита. При этом, внедрение новых компьютерных программ уменьшит нагрузку на аудитора и будет способствовать повышению ее результативности.

Для проведения проверки на местах требуется много времени и трудовых ресурсов, а внедрение компьютерных технологий позволит проводить внутренний аудит дистанционно. Такая проверка будет проходить на основе управленческой и статистической информации. Дистанционный порядок проведения аудита улучшает качество внутренних банковских проверок путем быстрого реагирования на недостатки, которые необходимо устранить в первую очередь.

Основная функция внутреннего аудита – проводить оценку рисков внутренних процессов, давать рекомендации для Правления банка и контролировать выполнение этих рекомендаций. Поэтому логично, что для выполнения своих функций служба внутреннего аудита не должна быть подотчетна перед менеджментом или правлением банка, поскольку в этих условиях возникает конфликт интересов. Внутренний аудит должен работать в интересах собственника банка и его акционеров, отчетываться перед аудиторским комитетом или перед Наблюдательным советом.

Таким образом, сложившаяся современная мировая практика предусматривает для внутреннего аудита несравненно более высокий статус и более широкие функции, чем он их имеет в российских банках сегодня. Для оптимального выполнения внутренним аудитом своих задач необходимо придерживаться базового принципа корпоративного управления – четко распределять полномочия между советом директоров и правлением банка. Кроме того, многогранность категорий риска объективно обуславливает необходимость совершенствования системы внутреннего аудита. Банк может разработать систему внутреннего аудита по функциональному принципу, подразделениям или смешанную. Незави-



симо от принципа формирования службы внутреннего аудита она должна охватывать каждую категорию частичных рисков и отвечать основными требованиями управления рисками. Особое внимание следует уделить внутреннему аудиту движения денежных средств и законности осуществления расчетов, влияющих на достижение стратегических и оперативных целей. Также, для повышения достоверности внутреннего аудита, внедрения и функционирования системы обеспечения качества аудиторских услуг, совершенствования профессиональных знаний учетных работников необходим постоянный мониторинг и совершенствование методик, связанных с функционированием системы внутреннего аудита кредитных организаций.

#### Список литературы

1. Положение Банка России от 16.12.2003 №242-П (ред. от 04.10.2017) «Об организации внутреннего контроля в кредитных организациях и банковских группах» (Зарегистрировано в Минюсте России 27.01.2004 №5489) [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_46304/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_46304/)
2. Барабанова А.А. Внешний и внутренний аудит как инструмент обеспечения устойчивого развития кредитной организации // Научно-практический электронный журнал Аллея Науки. - 2017. - №9.
3. Новикова Т.Ю., Королева Г.А. Внутренний контроль и аудит в коммерческом банке: альбом наглядных пособий / сост.: Т.Ю. Новикова, Г.А. Королева; Ярослав. гос. ун-т им. П.Г. Демидова. - Ярославль: ЯрГУ, 2012. - 32 с.
4. Раджабова М.Г. Система внутреннего контроля в банках: основные проблемы и пути развития // Финансы. Учет. Анализ. Аудит - 2014. - №6.



УДК 330

# ВОЗМОЖНОСТЬ НОРМИРОВАНИЯ ТРУДА НАУЧНЫХ РАБОТНИКОВ: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ

**МУЖАЙЛО НАТАЛЬЯ ВЛАДИМИРОВНА**

Студентка  
ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

*Научный руководитель: Томшинская Ирина Николаевна  
доцент, к. э. н., доцент*

*ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»*

**Аннотация:** На данный момент перед научными сообществами стоит вопрос разработки внутренних систем нормирования научно-исследовательского труда. Нормирование труда является необходимым условием для результативного управления научными учреждениями, так как оно служит инструментом формирования плана научно-исследовательских работ и расходов на их исполнение, методов управленческого учета и эффективности использования фонда оплаты труда. Также, нормирование труда служит для понятия эффективности труда научных сотрудников и размера оплаты их труда в связи с полученными результатами. Наконец, одобренные нормы труда должны быть каркасом для порядка поощрения успешного труда научных работников.

Целью данной статьи является проблема нормирования научно-исследовательского труда и возможные направления решения данной задачи.

**Ключевые слова:** нормирование труда; нормы труда; научно-исследовательский труд; система нормирования труда; учет затрат труда.

## THE POSSIBILITY OF RATIONING THE WORK OF SCIENTISTS: MYTH OR REALITY

**Muzhailo Natalia Vladimirovna**

*Scientific adviser: Tomshinskaya Irina Nikolaevna*

**Abstract:** At the moment, scientific communities are faced with the issue of developing internal systems for rationing research work. Labor rationing is a necessary condition for effective management of scientific institutions, as it serves as a tool for forming a plan of research and expenditures for their execution, management accounting methods and the efficiency of the use of the payroll. Also, labor rationing serves to define the effectiveness of the work of researchers and the amount of remuneration for their work in connection with the results obtained. Finally, the approved labor standards should be a framework for the procedure for encouraging the successful work of researchers.

The purpose of this article is the problem of rationing research work and possible ways to solve this problem.

**Key words:** labor rationing; labor standards; labor rationing system; research work; labor cost rationing.

Актуальность нормирования труда в значительной мере объясняется повышением значимости экономического фактора в отношениях между работодателем и работником в процессе производства

материальных благ, получения прибылей и их распределения, а также усилением социальной направленности современного менеджмента. Обе стороны экономически заинтересованы в применении обоснованных норм трудовых затрат, рациональном использовании рабочего времени как по продолжительности, так и по степени интенсивности труда[1].

При нормировании труда необходимо выявлять и устанавливать наиболее экономичный вариант использования производственных ресурсов, при котором обеспечиваются минимальные суммарные затраты живого и овеществленного труда. Нормы труда в современных условиях хозяйствования должны также обеспечивать усиление воздействия рыночного механизма на повышение эффективности производства и качества работы, так как дают возможность соизмерять все виды трудовых затрат с конечными результатами, что, в свою очередь, ведет к укреплению главного принципа рыночных отношений – получению нормальной прибыли в любой сфере деятельности.

При этом значительную сложность представляет нормирование научного труда, а именно, введение норм и стандартов на научно-исследовательский процесс. На данный момент проблема организации, нормирования и оплаты научного труда остается актуальной. На сегодняшний день, согласно ст. 162 ТК РФ[2], локальные нормативные акты предусматривающие введение, замену и пересмотр норм труда, принимаются работодателем с учетом мнения представительного органа работников. Таким образом, проведение нормативно- исследовательской работы для обоснования и разработки норм труда предполагается проводить локально, самим работодателем. Отсутствие координирующего организованного общегосударственного механизма нормирования труда, возможно, рождает новые вопросы по обсуждаемой теме. Уместно сформировать базовую тактику к нормированию труда научных работников на федеральном уровне, так как учреждениям своими силами с данной проблемой справиться сложно.

Сложность в процессе нормирования труда научных сотрудников обусловлена специфичностью их выполняемой работы. Научно-исследовательская деятельность – это труд, направленный на извлечение и использование новой информации, научных и научно-технических процессов, характеризуется как модификация интеллектуальных сложных умственных усилий, имеющих прогрессивный характер. Научно - исследовательский труд подразумевает непрерывный поиск эффективных решений, постановку нестандартных задач, создание подходов, направленных на рационализацию имеющихся материальных, интеллектуальных и духовных благ[3].

Творческий характер трудовой деятельности обуславливает возможную неточность при подсчете трудоемкости задач научных сотрудников на тех или иных этапах труда. В связи с этим, некоторые авторы находят нецелесообразной идею нормирования научного труда [4].

В научном труде присутствует зависимость между затратами ресурсов труда и результатами. Затраты научного труда, то есть, количество труда, умственной и нервной энергии, израсходованная в процессе трудовой деятельности, измеряется продолжительностью рабочего времени или объемом труда в единицу времени [1].

На наш взгляд, оправданное нормирование затрат труда поможет создать условия с подвижными показателями норм труда, что сократит "давление" на научный процесс. А с помощью поправок и дополнений изначальных показателей трудозатрат и фонда заработной платы специалистов по окончании исследований обеспечится зависимость вышеупомянутых позиций от показателя практически осуществленных ими конкретных показателей. Обособление, учет и удаление из функционала обязанностей не характерных им работ при формировании нормированных заданий содействуют увеличению весомости труда.

Главным критерием, позволяющим отличить научные исследования и разработки от сопутствующих им видов деятельности, является наличие в них значительного элемента новизны.

Научно-исследовательский труд – разновидность трудовой деятельности, которая подразумевает профессионалов, высококвалифицированных специалистов. Он может быть как индивидуальным, так и коллективным, производительным или непроизводительным, конкретным или абстрактным[5]. Несомненно, в процессе эффективной и плодотворной научно - исследовательской деятельности научные кадры создают новые научные «объекты», а именно: знания, методики, модели, концепции,

технологии т.п., которые представляются в реальных результатах труда (монографии, статьи, аналитические материалы и пр.).

Обстановка стабильного мотивирования сотрудников научной отрасли - как профессиональной, так и материальной, должна устанавливаться с помощью разумного нормирования затрат труда.

Также должна быть поставлена задача усовершенствовать экономический интерес в сфере научных исследований, рассчитывая на связь материального поощрения коллективов и отдельных работников с их конкретным участием в решении научно-технических вопросов.

Нормирование труда делает возможным также жизнеспособность системы управления процесса научных изысканий и разработок. Оно предполагает определение трудоемкости работ на каждой ступени научно-исследовательских работ, подготовки и организации надлежащего объема работ структурным подразделениям и первичным коллективам, установления нормированных заданий на месяц (квартал) как отдельным исполнителям, так и коллективам исполнителей.

Структура нормирования труда государственных и муниципальных учреждений является весомой значению, так как посредством нормирования труда учреждения осуществляют применение рациональных норм труда, что напрямую оказывает влияние на качество выполняемых работ учреждениями Российской Федерации. Данные учета рабочего времени, применяемые при нормировании труда, непосредственно оказывают воздействие на суммарную штатную численность персонала. Следовательно, становление системы нормирования труда позволит сократить затраты на персонал в учреждениях, отразить действительные расходы на оплату труда, а также отследить необходимость в персонале.

#### Список литературы

1. Никифорова Э.Г. Организация и нормирование труда в отраслях непромышленной сферы: Учебное пособие // Зайнуллина М.Р., Набиева Л.Г., Палей Т.Ф.; Под ред. Палей Т.Ф. — Казань: , 2013. — 120с.
2. "Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 28.06.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2021)
3. Феоктистова О. А. Нормирование научно-исследовательского труда: методологические подходы // Науковедение. 2014. № 5 (24). С. 2.
4. Самарина Ю. С., Шкварова А. С. Труд научных работников: применимо ли нормирование // Наука. Инновации. Образование. 2017. № 3 (25). С. 61-64.
5. Развитие самозанятости населения и проблема нормирования творческого труда в R&D-организациях: теоретико-методологический аспект анализа процесса создания нового знания, продукта, технологии и техники. Часть 1 Б.Ю. Сербиновский, Н. Г. Калмыкова, Р. А. Боташев Электронный научный журнал «Инженерный вестник Дона» режим доступа [<http://www.ivdon.ru/magazine/archive/n1y2013/1521>]

# НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

УДК 33

# ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

СМИРНОВА АННА СЕРГЕЕВНА

Студентка

Московский Финансово-Юридический Университет МФЮА

**Аннотация.** В данной статье представлен анализ зарубежный опыт налогообложения малых предприятий. Через налогообложение малого предпринимательства на всём цивилизованном рыночном пространстве позволяет росту соответствующих бюджетов, и поддерживать определенный уровень занятости и уровень жизни среднестатистического гражданина.

**Ключевые слова:** зарубежный опыт, налогообложение, малый бизнес, ВВП, экономика, доля бизнеса, налоговые стимулы.

## FOREIGN EXPERIENCE OF TAXATION OF SMALL ENTERPRISES

Smirnova Anna Sergeevna

**Abstract.** This article presents an analysis of the foreign experience of taxation of small enterprises. Through the taxation of small businesses throughout the civilized market space, it allows the growth of relevant budgets, and to maintain a certain level of employment and the standard of living of the average citizen.

**Key words:** foreign experience, taxation, small business, GDP, economy, business share, tax incentives.

Малый бизнес считается главным элементом роста не только национальной экономики любой страны, но всей мировой экономики в целом. Налогообложение считается главным финансовым инструментом, который регулирует связи с крупным и средним бизнесом в странах. [1, с. 101]

Рассмотрим в таблице 1 долю малого бизнеса в составе ВВП зарубежных стран в 2020 г.

Таблица 1

### Доля малого бизнеса в составе ВВП зарубежных стран в 2020 г.

Страна	%
США	35
Япония	75
Китай	45
Великобритания	55
Испания	38
Германия	24
Белоруссия	12
Франция	59
Бразилия	36

Рассмотрим на рисунке 1 долю малого бизнеса в составе ВВП зарубежных стран в 2020 г.

Таким образом, из рисунка видно, что основную долю в малом бизнесе в составе зарубежных стран занимает Япония – 75 %, на втором месте идут страны Франция – 59 % и Великобритания – 55 %. [3, с. 56]

В Китае предусмотрено стимулирование для малого бизнеса, т.к. малый бизнес обеспечивает до 45 % доходов в бюджет. Главным налогом для малого бизнеса в Китае является НДС и налог на прибыль. Для развития малого бизнеса в Китае с 1 июля 2014 г. ставка налога на НДС был снижена до 3 %.

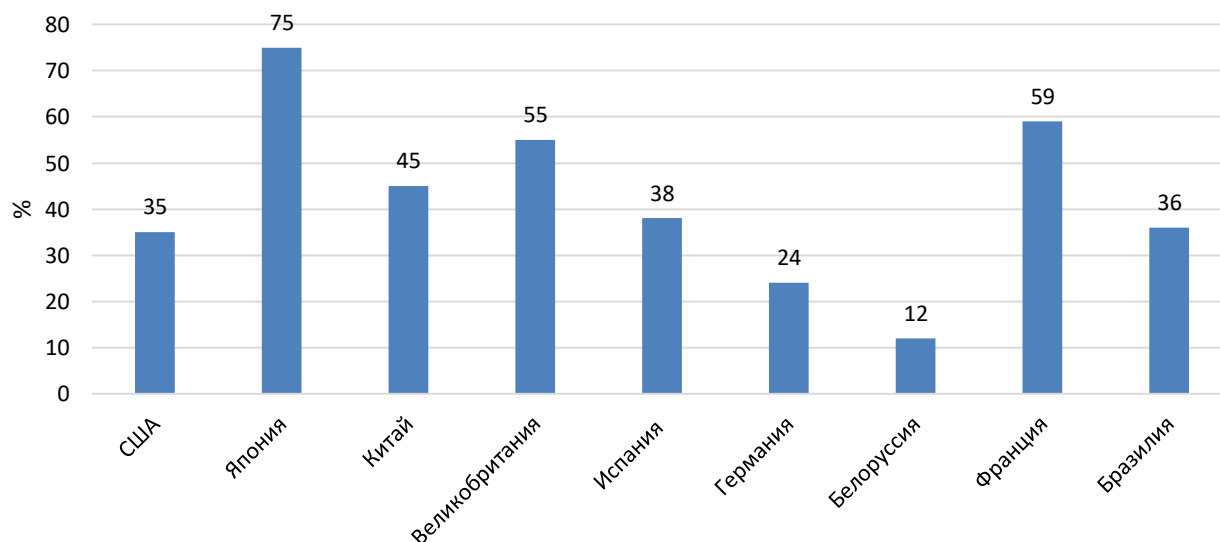


Рис. 1. Доля малого бизнеса в составе ВВП зарубежных стран в 2020 г.

Далее проведем сравнительный анализ количественных показателей малого бизнеса зарубежных стран.

Таблица 2

Сравнительный анализ показателей малого бизнеса зарубежных стран

Государство	Численность работников, чел.	Объем прибыли, млн. евро
Япония	от 50 до 300	от 0,5 до 3
США	от 21 до 100	от 0,75 до 501
Страны ЕС	от 10 до 60	до 12

На рисунке 2 представлено количество малых предприятий в зарубежных странах.

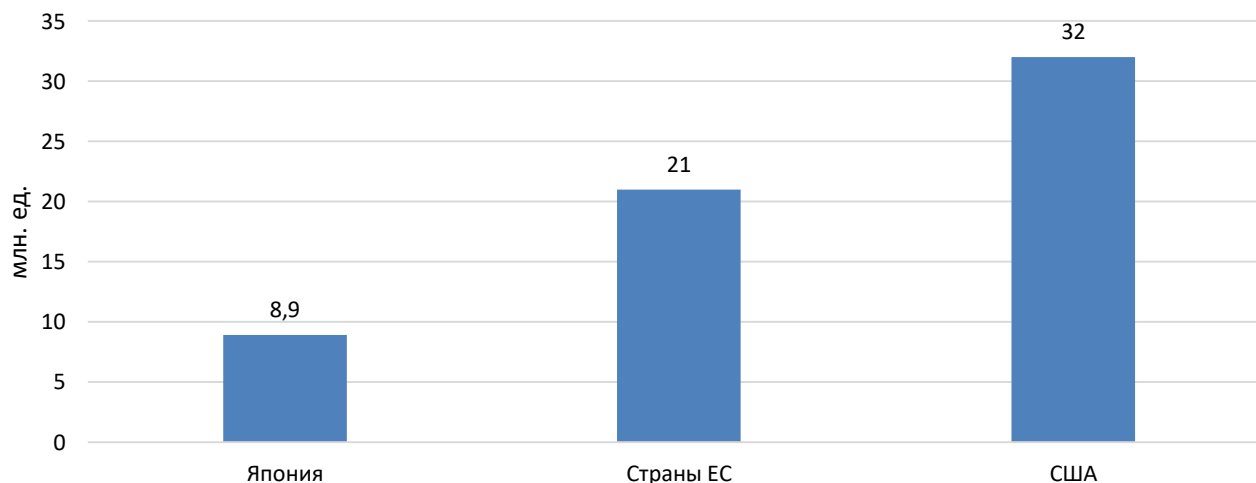


Рис. 2. Количество малых предприятий в зарубежных странах

Большинство зарубежных ученых, анализируя зарубежный опыт государственной поддержки малого бизнеса, выделяют США, как лидеров развития и улучшении малого бизнеса, вследствие функционирования около 32млн. малых предприятий. [2, с. 51]

В таблице 3 представлена характеристика налогового стимулирования для малого бизнеса в зарубежных странах

Таблица 3

### Характеристика налогового стимулирования для малого бизнеса в зарубежных странах

Страна	Налоговые стимулы
Япония	Для малых предприятий предусмотрено необлагаемый минимальный налог. Доминирующая часть доходов уходит на заработную плату сотрудников. Также предусмотрен налоговые льготы до 60%, которые используют новые технологии
США	Малый бизнес уплачивает налоги по низкой ставке. Также для привлечения предприятий в депрессивные регионы предоставляется налоговые каникулы
Страны ЕС	В некоторых странах предусмотрено использование упрощенного режима декларирования дохода малых предприятий. Ставка по налогу на доходы снижена на 60 % для предприятий, которые используют и основывают новые технологии.

Малый бизнес в США начал развиваться со времен Великой Депрессии, благодаря чему уровень малого бизнеса растет по сравнению с другими зарубежными странами. В Америке существует агентство по поддержанию малого бизнеса, которое занимается интересами малого бизнеса на уровне государства. [5, с. 100]

Власти Америке в своей концепции развития экономики отводят главную роль в развитии малого бизнеса.

Рассмотрим малый бизнес в Китае, где действует закон «О стимулировании развития малого предпринимательства», который предусматривает возможности развития малого бизнеса, а также данный закон помогает кредитованию малого бизнеса для совершенствования производства, использования новых технологий для повышения экономики Китая.[3, с. 56]

Малый бизнес в странах ЕС один из самых активно развивающихся секторов экономики. Финансовая составляющая малого бизнеса оказывается на всех уровнях ветвей власти. Программы содействия развитию малого бизнеса в Германии, как и в ряде развитых стран, предусматривают приоритетную поддержку -научекомких отраслей производства. Основные направления программы развития малого и среднего бизнеса, следующие:

- Развитие и модернизация научно-технической политики для малого бизнеса;
- Стимулирование сбережений для малого бизнеса.

Подведем итог. Таким образом, в зарубежных странах помимо крупных корпораций присутствует малый бизнес. Малый бизнес считается массовой, динамичной и гибкой формой экономической деятельности в зарубежных странах. Малое предпринимательство сосредоточивает главную массу национальных ресурсов, которые считаются питательной средой для больших корпораций. Налоговая политика в зарубежных странах заключается в поэтапном сокращении предельных ставок налогов и сокращения прогрессивности налогообложения при достаточно узкой налоговой базе и использования налоговых льгот для малых предприятий.

### Список литературы

1. Александров, В.Т. Поддержка малого бизнеса зарубежных странах / В. Т. Александров. - М.: Наука, 2021. –261 с.
2. Гончаренко, Н. В. Малый бизнес: предпринимательские стратегии и кооперация / Н.В. Гончаренко. - М.: Юрайт, 2020. –201 с.



3. Екимова Т.В. Современное налогообложения для малых предприятий в зарубежных странах / Т.В. Екимова // Молодой ученый. 2021 № 26. – С. 56-65
4. Полякова В.В. Государственная поддержка предпринимательского сектора зарубежных странах / В.В. Полякова // научное сообщество студентов. 2020. - № 25. – С. 35-40
5. Рогова, И.П. Государственная поддержка малого бизнеса в зарубежных странах / И.П. рогова//Финансы и кредит. 2019. - № 10. - С. 100-127.
6. Пол, А.Н. Государственная поддержка предпринимательского сектора: мировой и российский опыт: научное издание/ А.Н. Дегтярев, И.А. Лузина. - Уфа: Московский экономический институт, Уфимский технологический институт сервиса, 2019. - 152 с.

УДК 33

# ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В РОССИИ

СМИРНОВА АННА СЕРГЕЕВНА

Студентка

Московский Финансово-Юридический Университет МФЮА

**Аннотация.** В данной статье представлены проблемы налогообложения предпринимателей в России и заключается в необходимости углубления теоретических исследований и практических разработок по налогообложению предпринимателей.

**Ключевые слова:** УСН, ОСНО, ПСН, ЕСХН, налогообложение, чистая прибыль, филиалы, ЕНВД, налоговые режимы, кассовые проверки.

## PROBLEMS OF TAXATION OF ENTREPRENEURS IN RUSSIA

Smirnova Anna Sergeevna

**Abstract.** This article presents the problems of taxation of entrepreneurs in Russia and consists in the need to deepen theoretical research and practical developments on taxation of entrepreneurs.

**Key words:** USN, OSNO, PSN, ESHN, taxation, net profit, branches, UTII, tax regimes, cash checks.

Правовая база функционирования предпринимательства в России во многом несовершенна, в итоге возникает надобность в проведении в соответствие нормативных законов, регулирующие предпринимательство на федеральном уровне и на региональных уровнях.

В сложившихся критериях ведения бизнеса предприниматели нуждаются в активных шагах навстречу бизнесу со стороны правительства нашей страны. К числу более ожидаемых мер государственной помощи опрошенные предприниматели относят в первую очередь понижение налоговой нагрузки (72,3 %). Среди мер, нацеленных на стимулирование развития малого и среднего бизнеса и попавших в Антикризисную программку правительства, более ценными мерами, все опрошенные руководители компаний признали все решения по понижению налоговой нагрузки - двухгодичные налоговые каникулы для личных бизнесменов. Возможность регионам снижать ставки по облегченной системе налогообложения.

На рисунке 1 представлены виды налоговых режимов предпринимательства в РФ

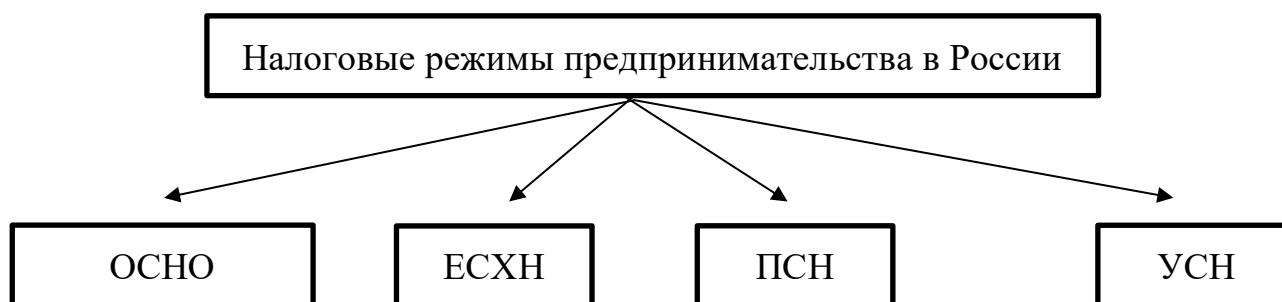


Рис. 1. Основные налоговые режимы предпринимательства в России

На сегодняшний день существует определенное количество режимов, таких как:

- ОСНО - общий режим налогообложения предпринимательства;
- ЕСХН - единый сельскохозяйственный налог;
- УСН - упрощенная система налогообложения;
- ПСН - патентная система налогообложения.

Рассмотрим основные проблемы налогообложения предпринимательства России в 2020 г.:

1) Специальные режимы выбирают большинство предприятий в России из-за низких ставок по налогам и упрощенную отчетность нежели чем на полной системе налогообложения. Однако на сегодняшний день разрабатываются законодательные ограничения для предприятий, которые не все могут использовать специальные режимы налогообложения. Такие ограничения могут связаны с выручкой от продажи продукции или услуг, а также численность сотрудников на предприятии, наличием имущества организации. Для малого или среднего бизнеса на данный момент не выгодно переходить на общую систему налогообложения так как это приведет к повышению ставки по налогам и обязанностью применения отчета по НДС. С 01.01.2019 г. ставка по НДС выросла с 18 % до 20 %.

2) Порядок использования чистой прибыли между филиалами предприятия

В России определен порядок распределения чистой прибыли между филиалами предприятия при использовании определенных ставок налога на прибыль согласно письму от 14.05.2020 № 03-03-07/39124.

При начислении авансовых платежей и налога на прибыль в России используется определенная методика которая подлежит уплате в бюджет, а именно суммы налог подразделений предприятия определяется исходя из доли прибыли за определенный год, приходящейся на данное подразделение предприятия, вычисляется как средняя величина удельного веса сотрудников и удельного веса остаточной стоимости амортизации согласно статьи 257 НК РФ.

Данная проблема заключается в отсутствии определенного алгоритма распределения чистой прибыли между подразделениями предприятия, что приводит к нечеткому регулированию и тем самым приводит к злоупотреблениям проверяющих органов и к штрафам. Рассмотрим основные штрафы по не правильному начислению чистой прибыли среди филиалов предприятий:

- ст. 116 НК РФ нарушены сроки подачи заявления о постановке на учет филиалов 10 000 руб;
- ст. 129.1 НК РФ Несвоевременное сообщение в налоговую инспекцию обязательных сведений штраф 500 руб.;
- ст. 116 НК РФ неправильное начисление чистой прибыли между филиалами предприятия штраф 10 % от выручки предприятия, но не менее 40 000 рублей.

3) Используются новые виды налоговых проверок кассовых дисциплин на предприятии.

Данная проверка заключается в проверке правильности и полноты расчетов совершаемых с использования касс. Налоговая инспекция может проверять за последние 3 года.

Негативным последствием можно представить повышенные штрафы. Рассмотрим размер штрафов:

- индивидуальный предприниматель – 50 % от суммы зафиксированного мнимого расчета;
- для предприятий - 100 % от суммы зафиксированного мнимого расчета.

Если предприятие или индивидуальный предприниматель не используют или у них отсутствуют документы маркированного товара, то с 2021 г. штрафы выросли:

- индивидуальный предприниматель заплатит 50000 руб;
- предприятие заплатит штраф 100 000 руб.

4) С 2021 г. отмена единого налога на вмененный налог

С 01.01.2021 предприятия смогут перейти на специальный налоговый режим или ОСНО. Если предприятия выбирает полную систему налогообложения, то будут платить НДС и налог на прибыль.

Отмена единого налога на вмененный налог в России подпадают малый и средний бизнес предприятия, которые занимаются значимыми товарами и услугами для людей.

В целом можно сделать вывод, что решающее значение для обеспечения хороших финансовых итогов предприятия и росту роли в экономике имеет смысл в стимулирования инновационной деятель-

ности предприятий в России.

На сегодняшний день нет системного подхода при принятии определенных нормативных правовых актов, регулирующих передачу в аренду земельных участков, находящихся в государственной и муниципальной собственности. Это приводит к нецелевому использованию земли, недобросовестной конкуренции, а также не способствует симулированию деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства.

Подведем итог данной статьи, в России сформированы и функционируют институты государственной поддержки предприятий, но развитие законодательства еще продолжается усовершенствоваться. Главными проблемами налогообложения предпринимательства в России заключаются в инновационном развитии России, которые включают: слабую нормативно-правовую базу; нет определенной методики кредитных механизмов поддержки предприятий; слабую информационную и кадровую инфраструктуру.

#### **Список литературы**

1. Глеба С.В. Проблемные аспекты государственной поддержки предпринимательства // Современные социально-экономические процессы. – 2021. - № 26. – С. 56-67
2. Гандилова К. М. Проблемы усовершенствования законодательства предпринимательстве в России: учебник. – М. : Норма-М. – 2020. – 241 с.
3. Даниленко Т. В. Инвестиционное поведение российских предприятий // Молодой ученый. – 2020. - № 43. – С. 16-35
4. Садыков Р. Р. Упрощенная система налогообложения // Налоги. - 2019. - № 33.- С. 35-44
5. Самохвалова О. Е. Упрощенная система налогообложения // Дело и Сервис, 2019. –С. 18- 29
6. Хабарова А. В. Проблемные аспекты налогообложения предпринимательства России : учебник. - М.: Интел-Синтез, 2021. - 303 с.

УДК 336.225.673

# ВЫЕЗДНЫЕ НАЛОГОВЫЕ ПРОВЕРКИ КАК МЕТОД НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

ЧЕРТОПЯТОВА АННА СЕРГЕЕВНА,

старший преподаватель

БОЛЬШАКОВА ДАРЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА

Студент

ФГАОУ ВО Дмитровградский инженерно-технологический институт-филиал ФГАОУ ВО НИЯУ МИФИ

**Аннотация:** в статье раскрыты вопросы проведения выездных налоговых проверок как метода налогового администрирования, целью проведения которых является контроль над соблюдением налогоплательщиком, плательщиком сборов, плательщиком страховых взносов или налоговым агентом законодательства о налогах и сборах.

**Ключевые слова:** налоговая система, налоговое администрирование, выездная налоговая проверка, налогоплательщики, налоговые органы.

## ON-SITE TAX AUDITS AS A METHOD OF TAX ADMINISTRATION

Chertopyatova Anna Sergeevna,  
Bolshakova Darya Aleksandrovna

**Abstract:** the article reveals the issues of conducting on-site tax audits as a method of tax administration, the purpose of which is to monitor compliance by a taxpayer, a payer of fees, a payer of insurance premiums or a tax agent with the legislation on taxes and fees.

**Key words:** tax system, tax administration, on-site tax audit, taxpayers, tax authorities.

На эффективность функционирования налоговой системы напрямую влияет то, как качественно выстроена стратегия управления ею. Деятельность государства по управлению налоговой системой определяется характером и задачами налоговой политики соответствующего этапа развития. Как показывает анализ экономической литературы, на текущий момент нет конкретного и подробного определения понятия «управления налоговой системы», поскольку произошла замена данного понятие на понятие «налоговое администрирование».

Учеными предлагаются различные подходы к формулированию понятия «налоговое администрирование». В частности, профессора О.А. Миронова и Ф.Ф. Ханафеев [5] рассматривают налоговое администрирование как «систему управления налоговыми отношениями, координирующую деятельность налоговых органов в условиях рыночной экономики». Профессор И.А. Майбуров определяет налоговое администрирование как «процесс управления налоговым производством, реализуемый налоговыми и иными органами (налоговыми администрациями), обладающими определёнными властными полномочиями в отношении налогоплательщиков и плательщиков сборов» [4]. По мнению Казовой З.М., налоговое администрирование представляет собой «деятельность уполномоченных органов управления, главным образом ФНС РФ и его территориальных органов, частично МФ РФ, Федеральной таможенной службы РФ, направленная, прежде всего, на обеспечение и реализацию контроля за соблюдением налогового законодательства всеми участниками налоговых отношений» [1]. Таким образом, налоговое администрирование является необходимой составляющей для управления налоговой

системой страны, посредством которого осуществляется налоговая политика государства и координируется работа налоговых органов. Если налоговое администрирование организовано на должном уровне, учитывая всю специфику налоговых органов, то для страны обеспечен высокий уровень эффективности налогообложения и гарантирована добросовестная дисциплина налогоплательщиков.

Выездные налоговые проверки как метод налогового администрирования играют немаловажную роль в эффективности его осуществления. Выездные налоговые проверки представляют собой одну из форм налогового контроля, целью их проведения, согласно 87 статье Налогового кодекса является контроль над соблюдением налогоплательщиком, плательщиком сборов, плательщиком страховых взносов или налоговым агентом законодательства о налогах и сборах [6].

Выездные налоговые проверки были и являются самым эффективным методом налогового контроля по части пополнения бюджета. Предметом выездной проверки выступает финансово-хозяйственная жизнь предприятия, следовательно, объектами контроля могут стать любые характеристики предприятия, любая отчетность, относящаяся к налоговым правоотношениям.

В силу этого, у налоговых органов, проводящих выездные налоговые проверки, существует ряд полномочий по истребованию документации и проверки помещений, принадлежащих налогоплательщику. Так же у налоговых органов существуют особые полномочия по привлечению налогоплательщиков к ответственности за нарушения налогового законодательства.

В случае, когда обстоятельства проверки выходят за пределы полномочий налоговых органов к проведению выездного контроля привлекаются сотрудники правоохранительных органов, они же, в особых случаях, занимаются привлечением недобросовестных налогоплательщиков к уголовной ответственности.

Проведение выездных налоговых проверок проводится с учетом следующих этапов:

- 1) проверка принадлежащей налогоплательщику документации, проверка полноты и достоверности содержащейся в этой документации информации, сопоставление этих данных с данными представленных ранее документов, данными налогового учета и отчетности;
- 2) установление правильности отражения процессов финансово-хозяйственной деятельности предприятия в первичных учетных документах, а также целесообразности покупки и использования товаров, работ и услуг в целях осуществления предпринимательской деятельности;
- 3) использование дополнительной информации, полученной в результате привлечения к процессу проведения выездной проверки сторонних участников, таких как: специалисты, эксперты, переводчики;
- 4) изучение внутренних документов налогоплательщиков для получения достоверной информации о ценах и затратах, произведенных проверяемым лицом, путем изучения свидетельских показаний, экспертиз, инвентаризации, экспертных заключений;
- 5) воспроизведение реальных величин сумм налогов, подлежащих уплате исходя из получения нужной информации и подлежащих уплате в налоговом или отчетном периоде, в течение которого производится выездной контроль.

При проведении выездной налоговой проверки налоговыми органами особое внимание уделяется, прежде всего, на сделки, являющиеся нетипичными для проверяемого налогоплательщика, а также, если эти сделки осуществляются несоответствующим образом, к примеру, с использованием наличных расчетов, расчетов с использованием ценных бумаг (векселей, закладных, депозитных сертификатов). Также подозрительными для налоговых органов признаются сделки, осуществляющиеся с убыточными предприятиями, включая так называемые «фирмы-однодневки». Основанием для пристального контроля могут стать сделки, совершенные при завышении, либо занижении цен реализации товаров, работ, услуг, оказание агентских операций, консультационных услуг по завышенным ценам, а также обращения за оказанием услуг, которые выполняются штатными сотрудниками [2].

Распространенной причиной завершения выездных налоговых проверок выступают доначисление сумм налога на добавленную стоимость, а также налога на прибыль. Основаниями таких доначислений зачастую выступают исключение из состава расходов, которые способны уменьшать налоговую базу по налогу на прибыль организаций, а также расходы, являющиеся экономически необоснованными,

то есть, затраты на приобретение товаров, работ или услуг, снижающие налоговую нагрузку. Такие необоснованные затраты выявляются чаще всего при местонахождении организации-контрагента по адресу массовой регистрации, либо при отсутствии этой организации по месту фактической регистрации. Также основаниями выступают подписанные неуставными лицами документы, связанные с финансово-хозяйственной деятельностью.

Подводя итог, можно утверждать, что выездные налоговые проверки как метод налогового администрирования считаются наиболее эффективными и позволяют контролировать соблюдение налогового законодательства; выявлять, пресекать и предупреждать нарушения законодательства о налогах; привлекать налогоплательщиков к ответственности [7].

### Список литературы

1. Казова, З.М. Налоговое администрирование и налоговый контроль / З.М. Казова // Научные известия. – 2015. – №1. – С. 81-85
2. Копина, А.А. Дифференциация видов налогового контроля в зависимости от категорий налогоплательщиков / А.А. Копина // Финансовое право. – 2014. – № 10. – С. 7- 13.
3. Ляпина, Т.М. Налоговое администрирование: учебное пособие для вузов 2-е издание / Т.М. Ляпина. – Москва : Юрайт, 2021. – 235 с.
4. Майбуров, И.А. Налоги и налогообложение: учебное пособие для студентов вузов 2-е издание / И.А. Майбуров, Ф.Ф. Ханафеев. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 91 с.
5. Миронова, О.А. Налоговое администрирование: учебное пособие / О.А. Миронова, Ф.Ф. Ханафеев. – Москва : Омега-Л, 2005. – 33 с.
6. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс] : федер. закон от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (ред. от 28.12.2017).—Режим доступа: <https://base.garant.ru/10900200/> (дата обращения: 02.10.2021).
7. Пронина, А.Ю. Выездные проверки в системе налогового контроля / А.Ю. Пронина, А.В. Светлова, К.С Черноусова // Вопросы науки и образования. – 2018. – . – Т. 16, № №4. – С. 11-16
8. Романова, А.Н. Организация и методы налоговых проверок [Текст] : учебное пособие. – М.: Вузовский учебник, 2017. – 238 с.



# МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

UDC 33

# MIGRATION IN CENTRAL ASIA

**ISMAILOV BAKHTIYOR**2nd year Master's Student,  
Tashkent state university of Oriental Studies*Scientific adviser: Kadyrova Z.A.*  
PhD*Tashkent state university of Oriental Studies*

**Abstract:** Currently, the labor migration movement and the global labor market are facing a complex problem, with the able-bodied and low-skilled population of developing countries suffering the most as a result of the ongoing global economic crises. Currently, the majority of the unemployed who are laid off remain low-skilled people working in industries that are mainly done by human labor, and sadly, the majority of them are women. This article provides feedback and conclusions based on the reports of a number of international organizations, statistical indicators on migration in Central Asia, and the study and generalization of a number of scientific articles.

**Key words:** Migration, Immigration, unemployment rate, donor countries, recipient countries, synthetic theory, econometric model of migration, migration substitution function.

## МИГРАЦИЯ В ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

**Исмаилов Бахтиёр**

**Аннотация:** В настоящее время трудовая миграция и глобальный рынок труда сталкиваются с сложной проблемой, при которой трудоспособное и низкоквалифицированное население развивающихся стран больше всего страдает в результате продолжающегося глобального экономического кризиса. В настоящее время большинство уволенных безработных остаются низкоквалифицированными людьми, работающими в отраслях, в которых в основном используется человеческий труд, и, к сожалению, большинство из них - женщины.

В данной статье представлены отзывы и выводы, основанные на отчетах ряда международных организаций, статистических показателях миграции в Центральной Азии, а также на исследовании и обобщении ряда научных статей.

**Ключевые слова:** миграция, иммиграция, уровень безработицы, страны-доноры, страны-реципиенты, синтетическая теория, эконометрическая модель миграции, функция миграционного замещения.

In recent years, migration processes in Eurasia and Central Asia have reached significant proportions: the former Soviet Union (with its Center for Migrant Attraction in Russia) was the second largest country in the world after the United States in terms of international migration until 2005<sup>2</sup>. Then Russia gave the second place to Germany. In 2017, the total number of migrants in Russia<sup>3</sup> amounted to 11 million people, unregulated and transit migrants are available. Half of the cross-border migration in the CIS goes from the Central Asian region to Russia and part to Kazakhstan<sup>4</sup>. In addition, Russia and Kazakhstan are major transit corridors con-

<sup>2</sup> "Qaytish migratsiyasi. xalqaro yondashuvlar va markaziy osiyoning mintaqaviy o'ziga xos xususiyatlari" o'quv qo'llanmasi-2020 International Organization for Migration (IOM)

<sup>3</sup> Jahon migratsiyasi to'g'risida Ma'ruza, XMgT, Jeneva (World migration report 2018. IOM. Jeneva. 2019) [Kirish rejimi: [https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr\\_2018\\_en.pdf](https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2018_en.pdf)].

<sup>4</sup> Markaziy Osiyo, Rossiya Federatsiyasi, Afg'oniston va Pokistonda mehnat migratsiyasi. Tahliliy sharh. – Olmaota, 2019 yil.

necting Asia and Europe.

In Central Asia, a regional subsystem on migration has been formed, in which Kazakhstan is a receiving country of labor migrants, and all other countries in the region are sending countries. Russia has been and remains the main attraction for all CIS countries<sup>5</sup>.

Kyrgyzstan, Tajikistan and Uzbekistan are active participants in the migration process in the region, sending a large number of labor migrants abroad. About 3.8 million people are involved in labor migration between Central Asian countries and host partners (Russia and Kazakhstan), which is about 14% of the economically active population of Central Asian countries.

The main direction of labor migration from the Central Asian region is Russia. Up to 85% of labor migrants from Tajikistan, up to 85% of labor migrants from Kyrgyzstan and up to 70% of labor migrants from Uzbekistan go to Russia<sup>6</sup>.

The Russian Federation and Kazakhstan, on the other hand, are poor Central Asian states and other countries. Between labor migrants and remittances is growing significantly. Distinguished by formal and informal components, these currents reflect the cultural, linguistic, gender, and institutional communities, as well as the expansion of the Central Asian migrant diasporas in Russia and Kazakhstan<sup>7</sup>.

Forecasts show that labor shortages in Russia will increase in the medium term. In contrast, the population of Central Asian countries is growing.

According to the UN forecast, by 2050 the population of Russia may decrease. In addition, there will be an aging population in Russia: the share of people of retirement age will continue to increase, as well as the share of young people and the able-bodied population will continue to decline.

This will lead to an increase in the state's spending on benefits, health care and social spending.

Against the background of depopulation and aging of the population of Russia and Kazakhstan, the demographic situation in Central Asia is completely opposite. The number of able-bodied people will grow by 2050 as follows: in Uzbekistan - 6.4 million, in Tajikistan - 2.8 million, in Turkmenistan - 900 thousand, in Kyrgyzstan - 600 thousand people.

Central Asian countries are characterized by population growth - the birth rate is 2.4 to 3.2 children per woman, and in the Russian Federation - 1.7 children. Even in the context of rapid economic development in Central Asia, not all able-bodied people can find work.

The following important factors that distinguish emigration from Central Asian countries to Russia can be distinguished.

First, the economic factor. This is a two-way street. On the one hand, as a "pushing factor" from Central Asian countries: low wages; high unemployment, especially in rural areas; high levels of poverty, especially in the regions. On the other hand, as an "attractive" factor in Russia: the size of the labor market; relatively high wages, the need for workers in regions and industries.

Second, the socio-demographic factor. On the one hand, Russia is experiencing a decline in the working age population and an aging population, which leads to a shortage of labor resources. On the other hand, the relatively favorable demographic situation and overpopulation of labor resources in Central Asian countries.

Third, the cultural-historical factor. This is reflected in the general historical past, in the general mentality of migrants' knowledge of the Russian language (for example, the status of Russian as an official language in the Kyrgyz Republic). All this increases the chances of getting a job. It is also important to have social networks and kinship ties in Russia. This will make it easier to adapt to the labor market and integrate into Russian society.

Fourth, the infrastructure and geographical factor imply that the countries are relatively close to each other, the presence of a transport corridor - the development of air transport between Russia and Central Asia.

<sup>5</sup> Sadovskaya Ye.Yu. Xalqaro mehnat migratsiyasi va Markaziy Osiyo respublikalaridagi pul o'tkazmalari: omon qolish strategiyasi-mi yoki rivojlanish strategiyasi? [Kirish rejimi: <http://demoscope.ru/weekly/2018/0315/analit>].

<sup>6</sup> Olimova S., Bosk I. Tojikiston mehnat migratsiyasi. Dushanbe, 2018 yil.

<sup>7</sup> QrR Milliy statistika qo'mitasining ma'lumotlari [Kirish rejimi: [www.stat.kg](http://www.stat.kg)].

Fifth, the political factor, it includes “pushing” factors (instability of the ethno-political situation in Tajikistan in the 1990s, Kyrgyzstan in 2005 and 2010) and the “attracting” factor of political and economic integration of countries within the OIC<sup>8</sup>.

In conclusion, the Russian Federation is experiencing a demographic crisis, its population is declining. At the same time, the Russian Federation has very large, sparsely populated areas with natural resources. Population flow is required for their development. For the Russian Federation, migrants from CIS countries are preferred, most of whom live in Central Asian countries. The influx of labor migrants from Central Asian countries does not contradict the interests of the Russian Federation, as cheap labor flows into the country's economy. Central Asian migrants are also advantageous from a geopolitical point of view, as the countries of the region do not have a common border with the Russian Federation. Central Asian migrants can easily adapt to the ethnic and cultural environment of Russia. Demographic problems are also being addressed at the expense of migrants. At the same time, unregulated labor migration leads to an increase in crime and corruption. Regular non-payment of taxes by unregulated migrants and unaccounted remittances by migrant workers is a major problem.

## References

1. O‘zbekiston Respublikasi prezidentining “O‘zbekiston Respublikasining tashqi mehnat migratsiya tizimini yanada takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qonuni
2. Qodirova Z.A Globallashuv sharoitida O‘zbekistonning Xalqaro mehnat bozoriga integratsiyalashuvi. Monografiya. T., Iqtisodiyot–2016.–152 b.
3. Olimova S., Bosk I. Tojikiston mehnat migratsiyasi. Dushanbe, 2018 yil.
4. Markaziy Osiyo, Rossiya Federatsiyasi, Afg'oniston va Pokistonda mehnat migratsiyasi. Tahliliy sharh. – Olmaota, 2019 yil.
5. www.IOM.org.com – Xalqaro mehnat tashkilotining rasmiy sayti
6. www.ILO.org.com - Xalqaro migratsiya tashkilotining rasmiy sayti
7. www.worldbank.org – Jahon bankining rasmiy sayti

<sup>8</sup> Ryazantsev S. V. Iqtisodiy inqiroz sharoitida Markaziy Osiyodan Rossiyaga mehnat migratsiyasi. Rossiya global siyosatda. 31.08.2016 [Kirish rejimi: <https://globalaffairs.ru/valday/Trudovaya-migratsiya-iz-Tcentralnoi-Azii-v-Rossiyu-v-kontekste-ekonomicheskogo-krizisa-18333>].

# РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

UDC 33

# THE RUSSIAN FINANCIAL CRISIS

**ZIKIRULLAEVA NILUFAR DILMUROD QIZI**PhD applicant,  
Tashkent State Economic University

**Abstract:** Crises and recessions associated with significant depreciation of some currency or the demolition of financial intermediaries are not infrequent events in the financial world, and these financial crises are considered to be indispensable phenomena which, on average, occur at least once in any given decade. However, the period from 1990 to 2000 was very extraordinary in this sense: during this decade, the world saw a series of very large-scale financial disasters, such as Asian and Latin American financial crises, crash of the monetary and exchange rate system of Europe, and the financial turmoil that took place in Russian Federation.

**Keywords:** financial crisis, financial disasters, Russian Federation, economic indicators, BRIC countries.

## РОССИЙСКИЙ ФИНАНСОВЫЙ КРИЗИС

**Зикируллаева Нилуфар Дилмурод киз**

**Аннотация:** Кризисы и спады, связанные со значительным обесцениванием какой-либо валюты или уничтожением финансовых посредников, нередки в финансовом мире, и эти финансовые кризисы считаются неизбежными явлениями, которые, в среднем, случаются по крайней мере один раз в любое данное десятилетие. Однако период с 1990 по 2000 год был очень необычным в этом смысле: в течение этого десятилетия мир пережил серию очень крупномасштабных финансовых катастроф, таких как азиатский и латиноамериканский финансовые кризисы, крах денежно-кредитной и валютной системы США. Европа и финансовые потрясения в Российской Федерации.

**Ключевые слова:** финансовый кризис, финансовые катастрофы, Российская Федерация, экономические показатели.

The possible sources of Russian financial crisis are separated into several broad categories in the theoretical literature. Despite this, plausible explanations of this crisis are not in line with each other, with the controversy arising when it comes to which factor was the main constituent. Some studies suggest that currency crisis was the preponderant source, while others indicate that the problems in the banking sector and/or debt markets were pivotal. The issue of whether domestic or international markets originated the crisis is even more contentious. This is the main reason why comparing how different economic factors affected the local conditions in Russia is of great interest: it may shed light on and quantify the effects of economic and financial variables postulated in the theoretical literature. In years before 2008 crisis, Russian economy was developing fairly rapidly, with the average annual economic growth equaling 7% from 1999 to 2008 (figure 2). Furthermore, stock market saw a 20-fold increase in trading volume and there was USD 7,000mln investment-related inflow of capital. To appreciate the scale of economic growth over that period, one can look at various economic indicators. Russia appreciably reduced the gap existing between it and other developed countries and, among BRIC countries, its rate of economic growth was lower than that of China only (Anders, 2010). However, this fact is not surprising from economic point of view, because China's economic indicators were comparatively lower in 1999. Hence economic theory correctly predicts faster economic growth in subsequent years. According to Anders (2010), Russian companies were developing so fast that the whole chain of financial intermediation of the country could have assumed too much risk to allow this expansion. This concern was also raised by Krugman (1997), who asserted that during financial liberalization problems in one financial market could easily spread to other sectors. World Investment Report (2012) gives additional evidence showing that

as the incidence of Russian corporations being listing on international exchange increased significantly—investments into Russian stocks exceeded USD 46bln mark in the end of 2018—Russia consolidated its international position as one of the leaders. Meanwhile, the ratio of the total market capitalization of Russian companies' to Russia's GDP reached 117% which was only marginally less than the average figure of OECD countries (120%). Citizens of Russian Federation benefited from changes as well, with their inflation-adjusted incomes increasing 250% between 1999 and 2008, while the official unemployment rate plummeted from 12.9% to 6.3% at the same time (World Bank, 2018). Apart from this, oil prices were consistently going up, which in turn stimulated the Russian economy, consumer spending and imports. Notwithstanding with these economic improvements, the government led by President Putin could not solve long-standing issues. To begin with, inflation rate of the country was above 10% per year in both 2007 and 2008). Secondly, the exports of Russian Federation were very concentrated and government did not seek policies to increase the variety of goods that Russia sells to the outside world. Thirdly, corruption remained as a very acute problem, as indicated by the World Bank reports and the studies of Transparency International. Combined these problems considerably hindered the execution of many shrewdly conceived government policies to develop the country. The three kinds of crisis in the above arrangement are by no mean fundamentally unrelated. With essentially expanded connection between the local and worldwide money related frameworks, later monetary unrest would in general consolidate the highlights of cash, obligation and keeping money emergencies at the same time, which is additionally reflected in the hypothetical writing that has created from the models clarifying exclusively theoretical assaults and money falls to complete hypotheses of budgetary area crisis. As Ospanova (2017) depicts the pre-emergency circumstance in Russia that "after Russia had figured out how to conquer the 1998 emergency, it was one of the stars among developing markets, with considerable GDP development rates, gigantic capital streams and vast stores. Be that as it may, the circumstance has changed since the start of the money related and monetary emergency in 2008. Russia encountered an in general money related crumple, including its conversion standard, people in general obligation and the managing an account framework. Because of crisis in 2008, there were negative impacts on the economy of the nation and this followed in entire 2009. Industrial equipment sectors like construction, metallurgy, textile and forestry were raised in their import tariffs meanwhile car import tariffs were also raises. The negative impacts can also be shown in overall unemployment rate of the country. Even though government took all possible measures unemployment rate rose from 6,3% in 2008 to 8,3% in 2009 However, the swift increase in incomes of the population of Russia is resulted from high growth in oil prices as well as exports. A triple increase in real wages together with incomes can be observed during the crisis. In a natural way, the consumer spending increased thanks to increased income. The following consequence was the increased imports since Russian manufacturers were not able to give satisfying respond to the sharp upward movement in demand. The authorities, however, found an effective way to give response to the crisis. The country was able to rely on its reserves yet it had to show a swift action so as to avoid the spread of panic, and thus, it managed it in quite good way. The financial system of the country managed to go out of the financial crisis without huge losses and the authorities were able to keep the unemployment under control. Secondly, the Russian authorities have avoided the banking system crisis, which possibly could have happened since several Russian banks experienced huge expose to foreign markets that financed the overseas activities of the Russian firms and underwent harsh financial problems when the crisis started. According to Popov (2018), the government assistance involved 44 billion USD lent to 3 hugest banks, namely Sberbank, VTB and Gazprombank, in order to increase the level of liquidity. Moreover, the Central Bank made a lower minimum mandatory reserves requirement. The following action was providing loans to commercial banks by the Central Bank in order to retain the current accounts afloat and avoid a feasible bank run. The aforementioned actions guaranteed that no kind of giant banks faced a bankruptcy or collapse To recapitulate, Russia achieved tremendous success on economic development by engaging in planned strategies towards industrialization, liberalization in external trade, serious steps towards attraction of foreign direct investments, and aggregate demand within its territories. Nevertheless, the country could not expect the upcoming crisis as other BRIC countries did. The nation who was adjusting its market to purely capitalistic terms from export-dependent nation experienced hard times during the recession. Fortunately, the authorities succeeded to escape the worst scenario of failure by implementation of several reforms in macroe-



conomic and financial terms. Nonetheless, the government should have take advantage of the end of the crisis and escape from the recession to proceed the next important step – reviewing the structure of the economy as a whole (Arild and Kryukov, 2016). They could build new but stronger base or foundation for further development and prosperity by discarding old principles of the domestic demand based country that keeps the shade of Soviet Union. They could implement a faster stimulus like fiscal policies for the construction of new economic infrastructure. Instead, the supreme authority of the nation implemented useless reforms and policies to shield the country from the crisis, which are proven by the experts to have assisted the recession to enter (Russian Anti-Crisis program, 2010). Indeed, the foundation or the infrastructure of the country's economy is yet mostly depended on oil. According to Elliot (2015), it will not be able to fight another recession unless it reconsiders the infrastructure of the economy. He believes that the next time Russia will not have that excess reserve, economic potential and growth that helped it to overcome the crisis. Therefore, the overall economic assessment of the country by the previous literature is relatively negative.

### References

1. Anders; Guriev; Kuchins, A; (2010) Editors. Russia After The Global Economic Crisis. Peterson Institute For International Economics, Center For Strategic And International Studies, New Economic School,. Pp.10-1
2. Bhar, Ramaprasad; Nikolova, Biljana. Oil Prices And Equity Returns In The Bric Countries. World Economy, 2009, Vol. 32, Issue 7.
3. Duffie, Darrell; Pedersen, Lasse Heje; Singleton, Kenneth J. Modeling Sovereign Yield Spreads: A Case Study Of Russian Debt. The Journal Of Finance, Vol. 58, Issue 1, February, 2003, Blackwell Publishing For The American Finance Association Stable.
4. Enderwick, Peter. Responding To Global Crisis: The Contribution Of Emerging Markets To Strategic Adaptation. International Journal Of Emerging Markets, Vol. 4, Issue 4, 2009. Emerald Group Publishing Limited.
5. Faulconbridge, Guy. Russian Stocks Shed Over \$1 Trillion In Crisis. Reuters, November 13, 2008. Available At: [Http://Www.Reuters.Com/Article/2008/11/13/Us-Markets-Russia-Trillion-Idustre4ac5m020081113](http://www.Reuters.Com/Article/2008/11/13/Us-Markets-Russia-Trillion-Idustre4ac5m020081113) [Accessed 27 October 2018]
6. Halpin, Tony. Russia Floods Markets With Cash In Shutdown. The Times (UK), September 18, 2008. Available At: [Http://Business.Timesonline.Co.Uk/To/Busines/Economics/Article4780314.Ece](http://Business.Timesonline.Co.Uk/To/Busines/Economics/Article4780314.Ece) [Accessed 27 October 2018]
7. Kononenko, Vadim. Russia's Politics Amidst The Global Economic Crisis. An Empty Scoreboard? The Finnish Institute Of International Affairs, Briefing Paper 24, 1 December
8. Ministry Of Economic Development Of The Russian Federation. Anti-Crisis Measures Program Of The Government Of The Russian Federation For 2010. June 19, 2009. Available At: [Http://Economy.Gov.Ru](http://Economy.Gov.Ru) [Accessed 23 October 2018]
9. Minsky, Hyman P. The Financial Instability Hypothesis. Working Paper No74, May 1992. Available At : [Http://Www.Levyinstitute.Org/Pubs/Wp74.Pdf](http://Www.Levyinstitute.Org/Pubs/Wp74.Pdf) [Accessed 23 October 2018]
10. Popov, Vladimir. After 10 Years Of Growth, The Russian Economy May Be Losing Steam. Russian Analytical Digest, Vol.48, 2018.

УДК 351:331:332.1(470.318)

# ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА

**ОСЕТРОВА ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНА**к.т.н., доцент  
ФГБОУ ВО "Тульский государственный университет"

**Аннотация:** в статье рассмотрены основные аспекты функционирования рынка труда в Тульской области; выявлены проблемы, существующие на рынке труда, а также сформулированы цели и направления государственного участия по снижению количества незанятого населения в Тульской области.

**Ключевые слова:** рынок труда, занятость, уровень безработицы, государственное регулирование, трудоустройство.

## FEATURES OF STATE REGULATION OF THE REGIONAL LABOR MARKET

**Osetrova Olga Vladimirovna**

**Abstract:** the article examines the main aspects of the functioning of the youth labor market in the Tula region, identifies the problems of youth employment in the region, and also formulates the directions of state participation to reduce the number of unemployed people among the youth in the Tula region.

**Key words:** youth labor market, employment, employment, government regulation.

Демографическая статистика и рынок труда являются постоянными индикаторами: их показатели позволяют судить о стабильности, благополучии, эффективности социально-экономических реформ. Развитие экономики и ее структурная реорганизация предъявляют все новые и строгие требования к качеству трудовых ресурсов, уровню их подготовки и профессиональному составу.

Уровень регистрируемой безработицы составил в Тульской области в 2019 г. 4,2 %, что на 0,1 % больше, чем в 2018 г. (см. рис.1), что свидетельствует об обострении проблем занятости в регионе. На сегодняшний день Тульская область входит в число регионов-лидеров не по численности незанятого населения, а именно по темпам роста численности безработных.

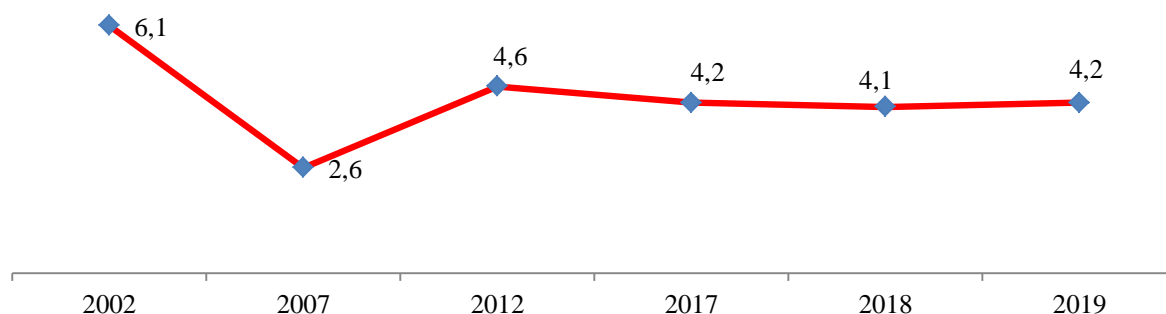


Рис. 1. Динамика изменения уровня регистрируемой безработицы в Тульской области, %

Несколько иная ситуация сложилась в регионе в 2020 г. Самый высокий уровень безработицы с начала пандемии был зафиксирован в сентябре. Затем рост регистрируемой безработицы замедлился и в последнее время стал постепенно снижаться.

Численность рабочей силы в среднем за половину 2020 года по результатам обследования населения в сфере занятости составляет 794,4 тыс. чел. или 51,8 % от общей численности населения региона, из которых 756,4 тыс. чел. или 95,2 % - занятые. Таким образом, уровень безработицы в Тульской области в 2020 г. составил 4,8 %, что превышает показатель 2019 г. на 0,6 %.

Анализ спроса на рабочую силу в Тульской области показывает, что на конец 2019 года по-прежнему сохранялось значительное превышение спроса над предложением. По отдельным профессиям спрос превышал предложение в несколько раз. Сохранилась нехватка рабочих, прежде всего, по таким профессиям, как швея, водитель автомобиля различных категорий, продавец продовольственных товаров, плотник, слесари различного профиля, электромонтёр по ремонту и обслуживанию электрооборудования, монтажник, электрогазосварщик, токарь, каменщик, маляр и др. Из числа служащих можно говорить о дефиците врачей, медицинских сестер, фельдшеров, инженеров различного профиля.

Цели регионального регулирования государством рынка труда можно сформулировать двояко:

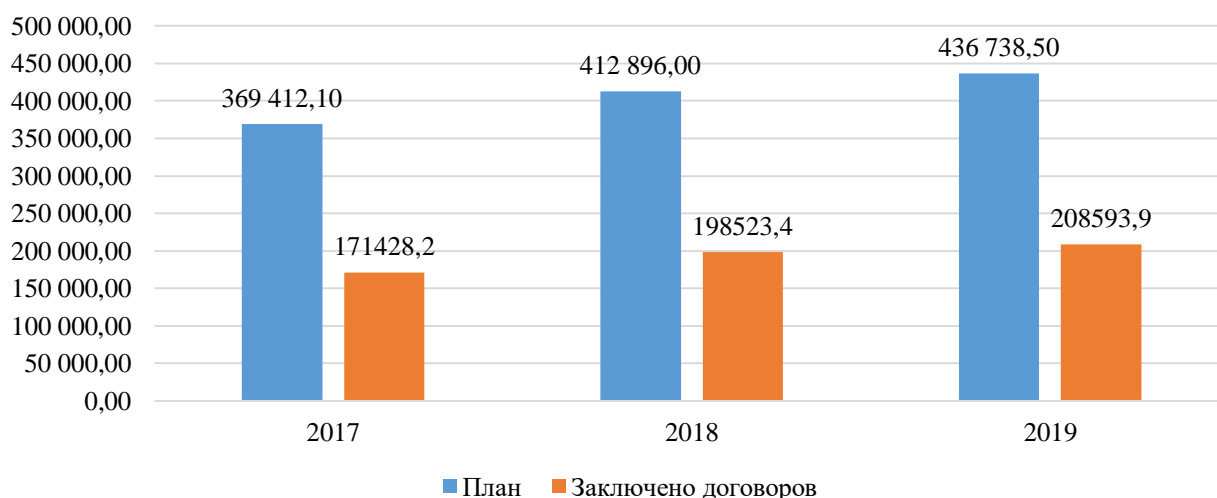
- во-первых, это содействие занятости населения путем обучения и консультирования, создания условий для активного поиска работы, стимулирования самозанятости, трудоустройства социально уязвимых категорий граждан и т.д.;

- во-вторых, это решение проблемы безработицы путем реализации стабилизационной региональной политики, достижения устойчивых темпов роста, соблюдения оптимальных пропорций распределения трудовых ресурсов между отраслями экономики и т.д.

Регулированием проблем труда и занятости в Тульской области занимается Департамент труда и занятости населения (ДТЗН), который является исполнительным органом государственной власти Тульской области, осуществляющим функции по реализации единой государственной политики, нормативному правовому регулированию, оказанию государственных услуг в сфере труда, трудовой миграции, альтернативной гражданской службы и урегулирования коллективных трудовых споров, содействия занятости населения и защиты от безработицы, региональному государственному контролю (надзору) в сфере содействия занятости населения.

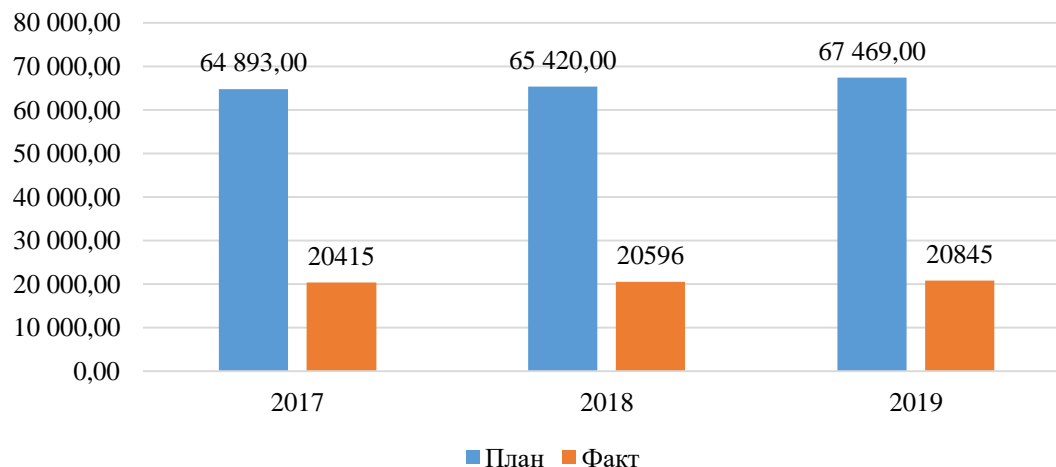
Стратегическое регулирование рынка труда осуществляется государственной программой в рамках Постановления Правительства РФ от 15 апреля 2014 года №298 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Содействие занятости населения» (в ред. от 30.03.2020г.).

Реализация мероприятий региональной политики занятости по состоянию на 01.01.2020 г. показала следующие результаты (см. рис. 2 и 3).



**Рис. 2. Объем средств, выделяемых на реализацию мероприятий активной политики занятости в Тульской области, тыс. руб.**

Выполнение плана в 2019 г. лишь на 47,8% можно объяснить, в основном, недостаточной активностью и мотивацией работодателей в сфере сотрудничества с органами власти в части занятости населения.



**Рис. 3. Количество участников мероприятий активной политики занятости в Тульской области, чел.**

К причинам выполнения плана в 2019 г. только на 30,9%, можно отнести помимо указанных выше, еще и слабую информированность населения о проводимых мероприятиях в сфере занятости.

Проблемы на рынке труда Тульской области во многом такие же, как и в других регионах страны и в целом по России: рост безработицы; влияние «теневой экономики»; снижение роли профсоюзов; сокращение производительности труда; рост миграции, отсутствие гибкого подхода к налогообложению разных категорий граждан и предпринимателей и пр.

Основными вопросами, волнующими работодателей в регионе, по-прежнему остаются недостаточный уровень квалификации кадров, их высокая текучесть и др. При этом необходимо учитывать, что безработица – одна из ключевых проблем, которую следует решать на всех уровнях управления.

Таким образом, к недостаткам государственного регулирования рынка труда в Тульской области можно отнести следующие:

- низкий уровень информированности как работодателей, так и ищущих работу граждан о вакансиях и изменениях на рынке труда;
- низкий уровень вовлеченности молодежи в процессы трудоустройства;
- недостаточно эффективное управление мотивацией работодателей по приему на работу людей без опыта.

Стратегии совершенствования социально-трудовых отношений и развития кадрового потенциала должно придаваться большее значение, как на уровне государства, так и региона. Прежде всего, это должно отразиться на реформировании трудового законодательства и совершенствовании региональной политики занятости. В формировании кадрового потенциала состоит одно из требуемых условий долгосрочного и перспективного экономического развития региона, которое является основой для реализации стратегических программ социально-экономического развития и повышения конкурентоспособности предприятий.

#### Список литературы

1. Официальный портал Министерства труда и социальной защиты РФ. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.rosmintrud.ru](http://www.rosmintrud.ru), свободный.
2. Уваров И.Е. Пути регулирования рынка труда / И.Е. Уваров // Экономист. - 2019. - №7. - С. 56-69.

УДК 332.1

# СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

**АТАНЕСЯН РУСЛАН САМВЕЛОВИЧ**студент 2 курса магистратуры  
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ» Калужский филиал*Научный руководитель: Губернаторова Наталья Николаевна*  
к.э.н., доцент

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ» Калужский филиал

**Аннотация:** в статье рассматривается связь между региональной политикой и развитием государства, представлена и проанализирована социально-экономическая характеристика Калужской области, а в частности особенности региона, а также показатели, характеризующие его социально-экономическое развитие.

**Ключевые слова:** социально-экономическое развитие, показатели, Калужская область.

## SOCIO-ECONOMIC CHARACTERISTICS OF THE KALUGA REGION

**Atanesyan Ruslan Samvelovich***Scientific adviser: Gubernatorova Natalya Nikolaevna*

**Abstract:** the article examines the relationship between regional policy and the development of the state, presents and analyzes the socio-economic characteristics of the Kaluga region, and in particular the features of the region, as well as indicators that characterize its socio-economic development.

**Key words:** socio-economic development, indicators, Kaluga region.

В настоящее время Российская Федерация находится на сложном этапе своего социально-экономического формирования, имея множество внутренних и в особенности внешних факторов, замедляющих рост государства. Исходя из этого, важнейшим целевым ориентиром социально-экономической политики является стабильное развитие государства.

Решение современных проблем социально-экономического развития государства напрямую связано с общим курсом государственной региональной политики. В последние годы заметно возрастает значимость региональной экономики. Изучение специфики региональных факторов является важнейшим условием успешного проведения экономических реформ. В современных условиях ощутимое воздействие на состояние различных секторов экономики оказывают негативные тенденции в социально-экономическом развитии страны, а также ее регионов. Анализ социально-экономического развития региона является наиболее известным методом региональной экономики. Суть метода состоит в использовании системы статистических показателей, которые характеризуют существующие в региональной социально-экономической системе явления. [2, 86 с.]

Расположенная в самом центре России Калужская область является одним из 11 субъектов Российской Федерации, входящих в Центральный экономический район. Важнейшей предпосылкой развития хозяйства района является его расположение в центре европейской части страны. Центральный экономический район является самым высокоразвитым районом страны, которых характеризуется вы-

сококвалифицированным демографическим потенциалом, культурным наследием, мощной научной и производственной инфраструктурой. Именно в данном районе исторически сложились управленческие, хозяйственные, социальные, нравственные, культурные основы централизованного государства. [2, 87 с.]

Калужская область считается комфортным и перспективным регионом для проживания, ведения бизнеса и развития производства. Данный регион демонстрирует несомненные успехи в реализации политики устойчивого, комплексного социально-экономического развития. [1]

Калужская область находится в центре страны на пересечении транспортных путей, соединяющих Россию с мировыми странами. В состав области входит 304 муниципальных образования: 2 городских округа, 24 муниципальных района, 26 городских поселений и 252 сельских поселений. [5]

Регион занимает высокие рейтинговые позиции в Центральном Федеральном округе:

- 1 место по объему промышленного производства на душу населения;
- 3 место по среднемесячной заработной плате;
- 3 место по индексу промышленного производства;
- 2 место по объему работ, выполненных по виду деятельности «строительство» на душу населения.

Большинство показателей социально-экономического развития Калужской области имеют положительную динамику. Рассмотрим их на основе данных таблицы 1.

Регион считается промышленно-ориентированным. Основой экономики являются высокотехнологичные отрасли. В 2020 году было открыто 5 новых, крупных промышленных производств. Устойчивая положительная динамика проявляется в промышленном секторе области в период с января по сентябрь 2020 года. Наблюдается увеличение производства продукции сельского хозяйства. На сумму 43 069,9 млн. рублей была произведена сельскохозяйственная продукция хозяйствами всех категорий, что несколько ниже значения предшествующих лет.

Развивается жилищное строительство. В 2018 году ввод жилья был более 330 тысяч квадратных метров. В 2020 году в Калужской области введено 864,1 тысячи квадратных метров площади жилых помещений, что по отношению к 2019 году составило 117,2%. Объем работ в строительстве в январе-сентябре 2020 года повысился на 20,8% относительно соответствующего периода 2019 года и составил 42,7 млрд. рублей. В данный период крупные и средние организации выполнили работу на 18,5 млрд. рублей. В 2018 году рост строительства составлял 111,7%, в 2016 - 78,8%.

**Таблица 1**

**Основные показатели социально-экономического развития Калужской области. [4]**

Показатели	2016 г.	2017 г.
Численность официально зарегистрированных безработных, на конец отчетного периода, тыс. чел	3,7	2,9
к предыдущему году, % в сопоставимых ценах	93,9	80,5
уровень регистрируемой безработицы, %	0,7	0,5
Объем отгруженной промышленной продукции, млн. руб.	541 301,7	714 489,1
Продукция сельского хозяйства, млн. руб.	38 138,0	43 069,9
Индекс физического объема с/х производства	100,9	110,0
Объем работ по виду деятельности «Строительство», млн. руб.	53 879,0	59 601,0
к предыдущему году, % в сопоставимых ценах	85,7	105,0
Ввод жилья, тыс. кв.м.	737,3	864,1
к предыдущему году, % в сопоставимых ценах	92,6	117,2
Оборот розничной торговли, млн. руб.	177 419,1	186 001,8
к предыдущему году, % в сопоставимых ценах	96,7	100,2

Численность населения в области возросла в 2020 году относительно предшествующего года. По данным Росстата население региона составило 1 014 570 человек.



Развивается розничная торговля. По данным Калугастата, в 2020 году ее оборот составил 182 млрд. рублей, увеличение на 0,2%. Приоритетным остается развитие калужских производителей и продвижение их продукции. Производители области имеют возможность реализовывать продукцию с минимальными затратами. Губернатор Калужской области отметил необходимость создания региональных программ по защите прав потребителей.

В 2019 году на территории области реализовалось 28 государственных программ Калужской области, такие как "Развитие предпринимательства и инноваций в Калужской области", "Развитие рынка труда в Калужской области" и др. По большинству программ был достигнут высокий уровень эффективности. В 2020 и 2021 годах появились новые программы. Стартовала программа «Формирование комфортной городской среды», действие которой рассчитано до 2025 года. В этом году на реализацию программы было выделено 262 млн. рублей из федерального бюджета. В целом, средства в размере более 545 млн. рублей будут направлены на развитие городской среды. [5]

Особое внимание Калужская область уделяет вопросам стратегического развития региона. Стратегия социально-экономического Калужской области до 2030 года является главным документом, который определяет направления развития Калужского региона.

Согласно упомянутому документу, в настоящее время в Калужской области наблюдается отсутствие организованных кластеров. Однако, в регионе выявлены предпосылки формирования экономических сообществ, которые в перспективе могут стать основополагающим для хозяйственной активности.

При соответствующей организационно-правовой поддержке наилучшие возможности в Калужском регионе характерны для следующих кластеров:

- автомобильный кластер;
- агропищевой кластер;
- транспортно-логистический кластер;
- образовательный кластер;
- туристско-рекреационный кластер;
- фармацевтический кластер. [1]

Таким образом, в настоящее время в большинстве секторов Калужской области наблюдается положительная динамика. Регион занимает высокие позиции в российских рейтингах. Инновационная инфраструктура области считается развитой. Открываются новые производства, стабильно функционируют уже открытые организации. Калужская область – перспективный регион, который имеет большой потенциал развития. Научно разработанная и правильно реализованная долгосрочная стратегия данного региона позволит реализовать этот потенциал с максимальной отдачей.

## Список литературы

1. О стратегии социально-экономического развития Калужской области до 2030 года: Постановление Правительства Калужской области от 29 июня 2009 года N 250 // [Электронный ресурс] - URL: <http://docs.cntd.ru/document/972215857> (Дата обращения 05.09.2021)
2. Зимин В. А. Инвестиционная привлекательность регионов Российской Федерации // Инновации и инвестиции. 2013. № 5. С. 86-88.
3. Инвестиционный портал Калужской области [Электронный ресурс] - URL: <http://investkaluga.com> (Дата обращения: 05.09.2021).
4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Калужской области [Электронный ресурс] - URL: <http://kalugastat.gks.ru> (Дата обращения: 05.09.2021).
5. Официальный портал органов Калужской области [Электронный ресурс] - URL: <http://admobilkaluga.ru/main/> (Дата обращения: 05.09.2021).



# ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 330

# ЗНАЧИМОСТЬ СТРОИТЕЛЬСТВА ОБЪЕКТА СПОРТИВНОГО НАЗНАЧЕНИЯ В РАЗВИТИИ ГОРОДСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

**ГИЛЯЗЕТДИНОВА АЛИНА ТАЛГАТОВНА**магистрант кафедры экономики в строительстве  
ТИУ «Тюменский Индустриальный Университет»

**Аннотация:** реализация спортивной инфраструктуры, возведение наиболее комфортной городской среды для занятий спортом, спортивные сооружения могут внести существенный вклад в становление положительного имиджа города-организатора и его репутации, спортивные сооружения должны использоваться как часть социокультурной деятельности для образования, формат многофункционального комплекса, для российского рынка

**Ключевые слова:** спортивные сооружения, объект спортивного назначения, городская инфраструктура.

## THE IMPORTANCE OF THE CONSTRUCTION OF A SPORTS FACILITY IN THE DEVELOPMENT OF URBAN INFRASTRUCTURE

**Gilyazetdinova Alina Talgatovna**

**Abstract:** development of sports infrastructure, creation of a comfortable urban environment, sports facilities can make a significant contribution to the formation of a positive image of the host city and its reputation, sports facilities should be used as part of socio-cultural activities for education.

**Key words:** sports facilities, sports facility, urban infrastructure.

Из разных обозначений «здоровый образ жизни», объединяющего различные сферы жизнедеятельности личности, коллектива, социальной группы, одной из самых важных составляющей является физическая культура и спорт. Сфера физической культуры и спорта выполняет в обществе множество разных функций и отбирает все возрастные группы населения. Полифункциональный характер сферы проявляется в том, что физическая культура и спорт — это развитие физических, эстетических и нравственных качеств человеческой личности, организация общественно-полезной деятельности, досуга населения, профилактика заболеваний, воспитание подрастающего поколения, физическая и психоэмоциональная рекреация и реабилитация, зрелище, коммуникация и т. д.

Забота о развитии физической культуры и спорта — важнейшая составляющая социальной политики государства, обеспечивающая воплощение в жизнь гуманистических идеалов, ценностей и норм, открывающих широкий простор для выявления способностей людей, удовлетворения их интересов и потребностей, активизации человеческого фактора.

Развитие спортивной инфраструктуры дает приток новых рабочих мест, а развитие спорта способствует созданию зрелищной индустрии, имеющих большое экономическое значение. Спорт такой как олимпийский всегда бывает главным мощным толчком международного сотрудничества, создание увлекательного образа нашей страны на главной международной спортивной арене. Самые крупнейшие победы спортсменов из сборной нашей страны способствуют росту патриотизма. Если взглянуть с

одной стороны, то спортивный комплекс является одновременно как хозяйственный объект и общественно-физический субъект, где именно транслируются тренировки и физкультурно-спортивные занятия и создается особенный тип социального менеджмента, показывающий и разрабатывающий текущую работу и реализацию спортивного сооружения, предоставляющую гражданам определённый вид и категорию услуг.

Городское пространство, которое является максимально приспособленным для жителей города тем самым показывающий комфортную городскую среду. Создание комфортной городской среды предполагает осуществление развития и укрепления общественного пространства, т.е. создания условий для безопасного проживания в домах и обустройства уютных дворов до формирования современных зон отдыха в парках, скверах, пешеходных зонах с обеспечением возможности для активной культурной жизни и проведения городских праздников.

Однако, разработка комфортабельной городской среды связано с усовершенствованием внешнего облика города, то есть проведение ремонта фасадов различных домов, устранением избыточной и навязчивой рекламы, а также развитие современной торговли.

Безопасный и уютный двор является одним из основных условий комфортной городской среды. Современный город показывает достаточно высокий уровень требований к благоустройству в частности к безопасности, и условий для отдыха, досуга и занятий спортом.

Однако если не смотреть на общее строительство спортивных сооружений в нашей стране, необходимость в реализации единого комплекса, дающего наиболее выгодные и благоприятные условия для тренировок и занятий различными видами спорта, и стремлении внедрить различные новейшие разработки так же очень огромна.

На данный момент проблемы реализации комфортной городской среды, показывающая учитывающий низкий уровень благоустройства многих территорий в городе на фоне понижения местных бюджетов, постоянные нарушения в это время действительных нормативов и стандартов содержания, дворовых пространств и общественных территорий, при поднимающихся потребностях населения в более качественной городской среде, является одной из самых главных и глобальных проблем территории управления, из вышесказанного разрабатывается одна из самых масштабных программ развития территории нашей страны.

Спортивный комплекс – это место, способствующее развитию отношений между различными социальными группами, объединенными в локальные сообщества. Массовый спорт – это необходимая среда для развития различных коммуникационных связей внутри города. Одним из главных критериев привлечения зданий и сооружений состоит в том, что они помогают обеспечить изменение архитектурного объекта, его свойств. Адаптация и упругость городской территории является одним из самых основных условий развития современной архитектуры. Развитие наиболее комфортабельных условий для деятельности и пребывания людей является транспорт и переход архитектурных объектов. Идеи привыкания способствуют развивать выразительные архитектурные сооружения, которые никогда не теряют своей актуальности и удовлетворяют потребности общества с различным функциональным содержанием.

Новые идеи, которые развивают для использования научно-технических открытий, показывают внедрение принципов адаптивности. Для того чтобы обеспечить прибыльную работу стадионы должны быть с уникальными структурами и со сложными дорожными структурами.

Современные спортивные сооружения являются одним из самых важнейших элементов городского архитектурного дизайна из-за их рекреационных и не рекреационных мероприятий, которые влияют на общее благосостояние населения, а также возможности экономической выгоды. Явные изменения и оригинальные решения, которые появились за длительное время на спортивных сооружениях, занимают почетное место.

В последние годы особое внимание инвесторов привлекает формат многофункционального спортивного комплекса. Многофункциональный комплекс является с другой точки зрения универсальным форматом. Далеко не всегда, получается, найти новое жилье, работу и досуг и этот вид объекта недвижимости также интересен покупателям.

Одним из самых важных элементов городской архитектуры являются спортивные сооружения, которые проводят рекреационные и не рекреационные, прикладные мероприятия, а так же помогают увеличению финансовых доходов города. Спортивные сооружения могут вносить существенный вклад в развитие положительного имиджа города-организатора и его репутации и архитектуры. Дополнить архитектурное строительство города и расширить поток туристов могут, а так же способствовать развитию мест для разных культурных и досуговых мероприятий могут спортивные и оздоровительные сооружения.

Для того чтобы усовершенствовать использование и развитие спортивных сооружений, они должны использоваться как часть социокультурной деятельности для образования, культуры и искусства, а также для рекреационных мероприятий. Спортивные сооружения обязаны играть многофункциональную роль, быть привлекательными и привлекательными для посетителей, потенциальных туристов.

## Список литературы

1. Архитектурные исследования/ Роль спортивных объектов в формировании и развитии пространственной структуры городской среды [Электронный ресурс]. -Режим доступа: URL: <https://www.klerk.ru/buh/articles/477288/> (15.01.2021)
2. Верхало, Ю.Н. Табель оснащения спортивных сооружений массового пользования спортивным оборудованием и инвентарем: учеб. пособие / Ю.Н. Верхало. - М.: Советский спорт, 2004

УДК 338.242

# РЕЗУЛЬТАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ СВЕРДЛОВСКИМ ОБЛАСТНЫМ ФОНДОМ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

**ТАСКИНА ДАРЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА**

магистрант

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

**Аннотация:** В статье представлены результаты реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» на территории Свердловской области. Приведён анализ деятельности Свердловского областного фонда поддержки предпринимательства за период 2016-2020 годы; дана авторская оценка уровня поддержки малого и среднего бизнеса и степени эффективности инструментов поддержки; сформулированы рекомендации по совершенствованию мер поддержки.

Результаты исследования могут быть использованы Министерством инвестиций и развития Свердловской области и Свердловским областным фондом поддержки предпринимательства для анализа действующей программы поддержки малого и среднего бизнеса и, при необходимости, её корректировки с целью повышения эффективности.

**Ключевые слова:** малый и средний бизнес, национальный проект, Свердловский областной фонд поддержки предпринимательства, финансовая поддержка, поручительство, займ, обучение, консультирование.

## RESULTS OF THE IMPLEMENTATION BY THE SVERDLOVSK REGIONAL ENTREPRENEURSHIP SUPPORT FUND OF THE STATE POLICY IN THE FIELD OF SUPPORT FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES

**Taskina Daria Alexandrovna**

**Abstract:** The article presents the results of the implementation of the national project «Small and medium-sized entrepreneurship and support for individual entrepreneurial initiative» in the territory of the Sverdlovsk region. The analysis of the activities of the Sverdlovsk Regional Entrepreneurship Support Fund for the period 2016-2020 is given; the author's assessment of the level of support for small and medium-sized businesses and the degree of effectiveness of support tools is given; recommendations for improving support measures are formulated.

The results of the study can be used by the Ministry of Investment and Development of the Sverdlovsk Region and the Sverdlovsk Regional Entrepreneurship Support Fund to analyze the current program of support for small and medium-sized businesses and, if necessary, adjust it to improve efficiency.

**Key words:** small and medium-sized businesses, national project, Sverdlovsk Regional Fund for the support of entrepreneurship, financial support, guarantee, loan, training, consulting.

Для полноценного развития малого и среднего бизнеса, реализации его возможностей и преимуществ, а также преодоления многочисленных преград необходима серьёзная поддержка со стороны государства. Актуальность рассмотрения вопросов поддержки малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) обусловлена тем, что с ним связаны значительные надежды в решении основных проблем российской экономики, в том числе развитие производства, торговли и оказания услуг, обеспечение налоговых поступлений в бюджет. Как отмечает в своей работе А.В. Виленский, малые предприятия становятся участниками инвестиционного процесса, способствуют качественному улучшению рабочей силы, формируют рабочие места на базе новых технологий [1, с. 75]. Развитие МСП способствует формированию благоприятных условий для раскрытия возможностей каждого, кто стремится воплотить свои идеи в жизнь, проявить предприимчивость, придаёт рынку труда необходимую гибкость и тем самым воздействует на занятость. В исследованиях В.И. Петрище подчёркивается важное свойство малого предпринимательства в силу своей доступности и лёгкости образования создавать новые рабочие места для наиболее уязвимых групп трудящихся, таких как молодёжь и женщины [2, с. 206].

С марта 2014 года США и странами Евросоюза были введены экономические санкции против Российской Федерации. Данные ограничения привели к необходимости развития импортозамещения в стране, а значит и развития отечественного малого и среднего бизнеса. Правительство Российской Федерации включило поддержку бизнеса и улучшение условий предпринимательской деятельности в основные направления своей деятельности и поставило перед собой задачу значимого повышения роли малого и среднего бизнеса в экономике государства [3, с. 155].

Субъекты и муниципальные образования Российской Федерации разработали программы поддержки малого и среднего бизнеса на своих территориях, обеспечивая предпосылки и условия развития предпринимательства в регионах. Как отмечает В.В. Иванова, сектор малого предпринимательства в России сконцентрирован в основном в сферах торговли и обслуживания населения, что обуславливает социальную направленность такого вида предпринимательства и заинтересованность органов власти различных уровней в уменьшении барьеров такой поддержки и повышении эффективности поддержки [4, с. 48].

Государственная поддержка субъектов МСП в Свердловской области предоставляется в рамках подпрограммы «Импульс для предпринимательства» государственной программы Свердловской области «Повышение инвестиционной привлекательности Свердловской области до 2024 года», ответственным исполнителем которой является Министерство инвестиций и развития Свердловской области. Основным оператором подпрограммы выступает Свердловский областной фонд поддержки предпринимательства и муниципальные фонды поддержки предпринимательства.

Как следует из аналитических данных по реализации подпрограммы объём расходов на выполнение мероприятий за счёт всех источников ресурсного обеспечения в 2017-2020 годах составил более 3,7 млрд. рублей, в том числе, более 2,4 млрд. рублей было привлечено из федерального бюджета [5]. Главный акцент – предоставление возвратной финансовой поддержки в виде микрозаймов, поручительств по кредитам и льготных инвестиционных кредитов. В настоящее время наблюдается рост финансирования мероприятий по развитию МСП. В 2019 году на поддержку МСП Свердловской области было запланировано направить 1,14 млрд. рублей, в том числе из средств федерального бюджета 1,057 млрд. рублей. Это в 10 раз больше, чем в 2018 году. По результатам 2019 года на поддержку МСП региона было направлено 1,513 млрд. рублей, что на 43% больше запланированной суммы [5].

Следует отметить, что на территории Свердловской области осуществляются мероприятия по реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» (далее – национальный проект МСП), предусмотренные Указом Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах раз-

вития Российской Федерации на период до 2021 года». Целью национального проекта является увеличение численности занятых к 2024 году в сфере МСП до 25 млн. человек. Для Свердловской области поставлена задача – к 2024 году увеличить численность занятых до 800 тыс. человек, чтобы каждый третий житель экономически активного возраста работал на предприятиях малого и среднего бизнеса.

В рамках национального проекта на территории Свердловской области реализуются 5 региональных проектов:

1. Расширение доступа к финансовым ресурсам (Финансовая поддержка малого и среднего предпринимательства);
2. Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства;
3. Популяризация предпринимательства;
4. Улучшение условий ведения предпринимательской деятельности;
5. Создание системы поддержки фермеров и развитие сельской кооперации.

Рассмотрим результаты реализации национального проекта МСП на территории Свердловской области (табл. 1) [6, 7].

Таблица 1

#### Результаты реализации национального проекта МСП в Свердловской области

№ п/п	Показатель	2019 г.	2020 г.
1.	Финансирование нацпроекта, млрд. рублей	3,7	3,3
2.	Количество субъектов МСП, охваченных нацпроектом, единиц	9 452	13 510
3.	Количество новых субъектов МСП, созданных в результате мероприятий нацпроекта, единиц	750	736
4.	Количество субъектов МСП, получивших финансовую поддержку, единиц	796	1 106
5.	Сумма финансовой поддержки субъектов МСП, млрд. рублей, в том числе:	3,32	3,05
	– сумма займов	1,16	1,25
	– сумма поручительств	2,16	1,80
6.	Сумма кредитов, полученных субъектами МСП под поручительство СОФПП, млрд. рублей	5,8	5,6

Данные таблицы свидетельствуют о положительной динамике реализации мероприятий национального проекта МСП. Количество субъектов МСП, охваченных нацпроектом с 2019 года по 2020 год, возросло на 42,9%. Количество субъектов МСП, получивших финансовую помощь увеличилось на 38,9%. Основными видами финансовой поддержки были поручительства по кредитам, банковским гарантиям и займам, и выдача займов.

На сегодня можно констатировать, что Правительство Свердловской области целенаправленно решает вопросы по созданию благоприятных условий для субъектов МСП. В Свердловской области сформирована развитая инфраструктура поддержки МСП, которая включает: Свердловский областной фонд поддержки предпринимательства, бизнес-инкубаторы, Свердловский венчурный фонд, Свердловский фонд инвестиций и муниципальные фонды поддержки предпринимательства.

Свердловский областной фонд поддержки предпринимательства (далее – СОФПП) – региональный институт развития, был создан в 2002 году Правительством Свердловской области для финансового обеспечения развития малого и среднего бизнеса.

Направлениями работы СОФПП являются:

- финансовые инструменты поддержки начинающих и действующих предпринимателей;
- формирование территориальной инфраструктуры, обеспечивающей доступность поддержки по всей территории Свердловской области;
- обучение и консультирование предпринимателей.



На базе СОФПП действуют Гарантийный фонд, Микрофинансовая организация, Центр инноваций социальной сферы, Центр кластерного развития, Центр оказания услуг бизнесу, Международный центр.

Основными видами поддержки, оказываемыми СОФПП субъектам МСП, являются:

- 1) финансовая поддержка, которая включает выдачу займы начинающим и действующим предпринимателям и предоставление поручительств;
- 2) франчайзинг, который включает бесплатные программы обучения, вебинары, консультации и видео-уроки, займы «франшиза» и бесплатные консультации у партнеров Фонда для желающих открыть свой бизнес по франшизе;
- 3) беспроцентные займы, займы «Страт» и акселератор для начинающих предпринимателей;
- 4) бесплатные программы обучения для начинающих и действующих предпринимателей, семинары «Юридические часы», консультации по вопросам получения поручительств, льготных инвестиционных кредитов и займов, выбора режима налогообложения, оформления трудовых отношений и другим;
- 5) поддержка экспорта, которая включает бизнес-миссии и выставки, помощь предпринимателям в размещении товаров на международных электронных торговых площадках, международную сертификацию, патентование, поиск и подбор партнеров для субъектов МСП, которые заинтересованы в выходе на внешние рынки, подготовку презентационных материалов и сайтов на иностранных языках, продвижение сайта для зарубежных аудиторий;
- 6) Центр инноваций социальной сферы – площадка для взаимодействия участников социальных инициатив, помощь в реализации проектов социальной значимости;
- 7) Центр кластерного развития – сопровождение кластерных инициатив, проектов на территории Свердловской области.

Об эффективности работы СОФПП свидетельствуют показатели его работы (табл. 2) [6, 7, 8, 9, 10].

**Таблица 2**

**Основные показатели деятельности СОФПП в 2016-2020 годах**

№ п/п	Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
1.	Количество получателей финансовой поддержки, единиц	922	641	669	896	2 306
2.	Сумма, направленная на поддержку субъектов МСП, млн. рублей	1 809,8	2 428,7	2 932,2	3 332,2	3 631,0
3.	Сумма, приходящаяся на поддержку 1 субъекта МСП, млн. рублей	1,96	3,79	4,38	3,72	1,57

Как видно из данных таблицы, за период 2016-2020 годы сначала наблюдалось снижение количества получателей финансовой поддержки, а с 2018 года – увеличение. При этом сумма, направленная на поддержку, возросла в 2020 году по сравнению с 2016 годом более чем в 2 раза.

Увеличение объемов поддержки субъектов МСП связано, в том числе и с реализацией на территории Свердловской области с конца марта 2020 года антикризисного плана, оперативно разработанного в ответ на ухудшение экономической ситуации в связи с пандемией коронавируса. Среди прочих мер для поддержки предпринимателей были введены новые финансовые инструменты. В 2020 году из областного бюджета были выделены дополнительные средства в размере 330 млн. рублей на предоставление льготных займов и списания процентов по действующим займам. В результате поддержки 163 предпринимателя получили 173 льготных займа на сумму 299 млн. рублей, 988 предпринимателям был предоставлен трёхмесячный мораторий по процентным платежам. В рамках дополнительной антикризисной меры были субсидированы процентные ставки по действующим займам фонда за май-июль 2020 года [7].

Анализ отраслевой структуры получателей финансовой поддержки показывает, что основную долю занимают предприятия торговли и услуг. В 2019 году 328 предприятиям торговли была оказана финансовая поддержка на сумму 1 209,0 млн. рублей и 298 предприятиям в сфере услуг на сумму

1 159,4 млн. рублей [6]. В 2020 году поддержка была оказана 496 предприятиям торговли на сумму 1 234,5 млн. рублей и 486 предприятиям в сфере услуг на сумму 874,0 млн. рублей [7].

Проанализируем долю получателей финансовой поддержки среди субъектов МСП (табл. 3). Для этого возьмём показатели численности субъектов МСП в Свердловской области из Единого реестра субъектов МСП, представленные на сайте Федеральной налоговой службы [11], и показатели табл. 2.

Таблица 3

#### Финансовая поддержка субъектов МСП в 2016-2020 годах

№ п/п	Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
1.	Количество зарегистрированных субъектов МСП (по состоянию на 10 января следующего отчетного года), единиц	200 508	204 324	202 653	201 981	193 394
2.	Доля получателей финансовой поддержки в общем количестве зарегистрированных субъектов МСП, %	0,46	0,31	0,33	0,44	1,19

Представленные в таблице данные показывают, что доля получателей финансовой поддержки в общем количестве зарегистрированных субъектов МСП в 2020 году по сравнению с 2016 годом увеличилась более, чем в 2,5 раза, но сам размер доли остался незначительным. Очевидная недостаточность финансовой поддержки малого и среднего бизнеса в регионе объективно связана не только со сложной экономической обстановкой, но и с недостаточной доступностью и информированностью предпринимателей Свердловской области о мерах поддержки, оказываемых СОФПП.

В целях развития МСП и совершенствования государственной политики по поддержке предпринимательства СОФПП планомерно осуществляется работа по расширению форм, объёмов и инфраструктуры поддержки предпринимателей. Фондом ведётся работа по повышению доступности заёмных ресурсов для субъектов МСП. По состоянию на 01.01.2021 у СОФПП были заключены соглашения с 40 кредитными организациями в целях предоставления поручительств по кредитам, банковским гарантиям и займам субъектов МСП.

Динамика реализации программы предоставления поручительств субъектам МСП в 2016-2020 годах представлена в табл. 4. СОФПП предоставляет поручительства за предпринимателей по займам фондов-партнеров, кредитам и гарантиям банков-партнеров. Максимальная сумма поручительства составляет 50 млн. рублей. Плата за поручительство – 0,5% годовых (0,75% – для торговли) от суммы поручительства.

Таблица 4

#### Динамика реализации программы предоставления поручительств субъектам МСП в 2016-2020 годах

№ п/п	Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
1.	Количество поступивших заявок, единиц	435	434	377	370	225
2.	Количество одобренных заявок, единиц	377	373	341	266	188
3.	Удовлетворённость заявок, %	86,7	85,9	90,5	71,9	83,6
4.	Количество договоров поручительства, заключённых СОФПП с субъектами МСП, единиц	346	364	328	316	226
5.	Сумма оказанной поддержки в виде поручительств, млн. рублей	1 153,6	1 637,7	2 056,7	2 161,8	1 995,6
6.	Сумма привлечённых заёмных ресурсов под поручительство СОФПП, млн. рублей	2 953,1	3 935,7	4 834,0	5 802,7	6 020,4

Данные таблицы показывают, что за период 2016-2020 годы произошло значительное снижение – в 1,9 раза заявок предпринимателей на заключение договоров поручительства по банковским кредитам и гарантиям. При этом процент удовлетворённых заявок остался на высоком уровне.

Следует отметить, что при сокращении количества заключённых договоров поручительства СОФПП с субъектами МСП в анализируемый период, сумма оказанной поддержки в виде поручительства в 2020 году по сравнению с 2016 годом выросла на 73%.

Кроме этого, объём привлечённых заёмных ресурсов под поручительство СОФПП в 2020 году по сравнению с 2016 года вырос более чем в 2 раза.

Ещё одним инструментом поддержки субъектов МСП являются займы. Займы предоставляются начинающим и действующим предпринимателям. Сумма от 100 тыс. рублей до 5 млн. рублей на срок от 3 до 36 месяцев (начинающим предпринимателям – до 750 тыс. рублей с возможной отсрочкой уплаты основного долга), процентная ставка 3,5% – 11,5% в зависимости от вида займа и обеспечения.

В 2020 году СОФПП разработал и внедрил новые виды займов, направленных на поддержку предпринимателей в период действия ограничительных мер, вызванных распространением коронавирусной инфекции. Такими продуктами стали займы «Антикризисный» и «Новый Старт» [7].

В 2020 году СОФПП увеличил количество официальных представительств для оформления документов и выдачи займов. Такие представительства работают сейчас в 27 территориях Свердловской области.

Проанализируем реализацию программы предоставления займов субъектам МСП в 2016-2020 годах (табл. 5).

**Таблица 5**

**Динамика реализации программы предоставления займов субъектам МСП в 2016-2020 годах**

№ п/п	Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
1.	Количество поступивших заявок, единиц	531	637	615	903	2 953
2.	Количество одобренных заявок, единиц	235	231	384	530	1 130
3.	Удовлетворённость заявок, %	44,3	36,3	62,4	58,7	38,3
4.	Количество договоров займа, заключённых СОФПП с субъектами МСП, единиц	235	231	384	580	1 265
5.	Сумма оказанной поддержки в виде займов, млн. рублей	301,4	339,1	730,6	1 160,4	1 610,9

Как показывают данные таблицы за период 2016-2020 годы произошло существенное увеличение интереса предпринимателей к получению займов. В 2020 году количество поданных заявок субъектами МСП увеличилось в 5,6 раза по сравнению с 2016 годом. Сумма оказанной поддержки в 2020 году увеличилась в 5,3 раза по сравнению с 2016 годом. Но при этом процент удовлетворённости заявок на получение займов остался на среднем уровне. Это свидетельствует о недостаточной проработанности механизма выдачи займов и наличии административных барьеров, с которыми сталкиваются предприниматели при получении займов.

Немаловажным направлением деятельности СОФПП, наряду с финансовыми инструментами, является консультирование и обучение предпринимателей. У любого предпринимателя перед началом ведения собственного дела возникают вопросы по организации бизнеса, предоставлению отчётности, взаимодействию с контролирующими органами, продвижению товаров на рынок, получению финансовой поддержки, возможностям информационных систем и другие вопросы. СОФПП совместно с партнёрами проводит обучающие программы для следующих целевых групп: действующие, начинающие, социальные предприниматели, молодёжь, предприниматели – женщины и физические лица, планиру-

ющие начать своё дело. Для начинающих предпринимателей обучение проходит в рамках программы «Начни своё дело». Для действующих предпринимателей обучение осуществляется по следующим программам: внедрение технологий бережливого производства, эффективное управление персоналом, бизнес-планирование, охрана труда и пожарная безопасность на производстве, интернет-маркетинг. В рамках обучения персонала, работающего у предпринимателей, реализованы следующие программы: управление госзакупками, управление продажами, финансовый анализ и оптимизация затрат предприятия, гибкое управление проектами, интернет-маркетинг, охрана труда и техника безопасности.

Следует отметить, что с 2018 года СОФПП начал оказывать консультации в онлайн-формате через call-центры фонда, онлайн-чаты, официальные группы в социальных сетях [10]. В 2020 году СОФПП совместно с Уральским главным управлением Банка России и Министерством инвестиций и развития Свердловской области запустил уникальный проект – серию эфиров для повышения финансовой грамотности бизнеса при взаимодействии с кредитными организациями. В 2020 году прошло 8 эфиров, которые посмотрели 12,8 тыс. человек [7]. Важность мер информационной поддержки в виде развития информационных площадок для онлайн-консультирования действующих предпринимателей и граждан, планирующих заняться предпринимательской деятельностью, подчёркивает в своих исследованиях Е.Л. Замышляева [12, с. 177].

Динамика реализации программ обучения и консультирования СОФПП в 2017-2020 годах представлена в табл. 6.

**Таблица 6**

**Динамика реализации программ обучения и консультирования в 2017-2020 годах**

№ п/п	Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
1.	Количество оказанных образовательных услуг, единиц	2 266	2 833	4 499	7 098
2.	Количество оказанных консультационных услуг, единиц	13 289	12 330	16 520	12 096

Данные таблицы свидетельствуют о повышении интереса начинающих и действующих предпринимателей к образовательным программам. Количество оказанных образовательных программ в 2020 годом по сравнению с 2017 годом выросло более, чем в 3 раза.

Следует отметить, что в 2019 году 1602 физическим лицам, заинтересованным в начале осуществления предпринимательской деятельности, были оказаны консультационные услуги, из них 155 человек создали МСП [6]. В 2020 году 1812 физическим лицам оказали поддержку, из них 153 создали МСП [7].

Уровень доступности программ поддержки субъектов МСП позволяет оценить анализ развитости инфраструктуры поддержки бизнеса. На конец 2016 года в Свердловской области осуществляли деятельность 40 муниципальных фондов поддержки и 9 бизнес-инкубаторов [8].

В 2017 году на территории Свердловской области были созданы Центры оказания услуг для бизнеса – это единое окно для предпринимателей, где можно получить комплекс услуг, оказываемых различными организациями: МФЦ, СОФПП, банками, страховыми и лизинговыми организациями и другими структурами.

В 2018 году в регионе открылись Центры «Мой бизнес» – это место, где предприниматели и граждане, планирующие открыть свой бизнес, могут по принципу «одного окна» получить все необходимые услуги для начала и ведения предпринимательской деятельности. Специалисты Центра «Мой бизнес» оказывают помощь в открытии своего предприятия, сопровождении и осуществлении предпринимательской деятельности, получении кредита и субсидии в рамках государственной поддержки [10].

На конец 2020 года в Свердловской области осуществляли деятельность 43 муниципальных фонда поддержки и 10 бизнес-инкубаторов. В рамках СОФПП свою деятельность осуществляют ряд специализированных структурных подразделений, в том числе: Центры и представительства «Мой

бизнес», Центр поддержки бизнеса, Центр инноваций социальной сферы, Центр франчайзинга, Центр компетенций в сфере сельскохозяйственной кооперации, Центр кластерного развития, Региональный центр компетенций по программе «выращивание» субъектов МСП [7].

Таким образом, для увеличения количества субъектов МСП в экономике Свердловской области, увеличения доли МСП в ВВП страны и ВРП Свердловской области необходимо стремиться к созданию комфортных условий для работы населения в малом и среднем бизнесе. СОФПП совместно с Министерством инвестиций и развития Свердловской области следует продолжить работу по реализации мероприятий в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы».

Министерству инвестиций и развития Свердловской области необходимо увеличить финансирование деятельности СОФПП, исходя из целей малого и среднего бизнеса, чтобы обеспечить субъекты МСП необходимым уровнем финансовой поддержки.

Одной из главных целей, которая должна быть достигнута СОФПП в ближайшей перспективе, должно быть обеспечение предпринимателей из различных административно-территориальных единиц Свердловской области равной доступностью к инструментам господдержки, расширение объёмов и видов инструментов поддержки, обеспечение повышения прозрачности процедур предоставления всех видов поддержки. Необходимо продолжать цифровизацию сервисов для субъектов МСП, более широко применять онлайн-формат при обучении и консультировании предпринимателей. Кроме этого, СОФПП следует помогать предпринимателям расширять рынки сбыта продукции и выходить на новые рынки, стимулировать развитие международного сотрудничества, содействовать в развитии социального предпринимательства в регионе и свердловских брендов – франчайзинг.

Работа СОФПП должна быть ориентирована на качественные показатели: степень решения основных экономических задач, провозглашенных на федеральном и региональном уровнях (например, создание высокопроизводительных рабочих мест, кооперация с крупными фирмами в проектах импортозамещения и т. д.). Необходимо вести учёт рисков предоставления каждого инструмента поддержки, используемого СОФПП.

Кроме этого, СОФПП рекомендуется провести социологические опросы предпринимателей региона по поводу эффективности каждого инструмента поддержки. Анализ полученных результатов поможет СОФПП скорректировать программу поддержки субъектов МСП, обеспечит информацией о количественных и качественных показателях необходимых видов поддержки.

## Список литературы

1. Виленский А.В. Динамика занятых в сфере МСП в российских регионах как исходный рубеж реализации приоритетного национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» // Проблемы развития территории. – 2018. – № 6 (98). – С. 74-87.
2. Петрище В.И. Обеспечение эффективной занятости населения путем развития малого предпринимательства // Среднерусский вестник общественных наук. – 2015. – Т. 10. – № 3. – С. 201–209.
3. Фельдман М.А., Чепчугова К.П. Проблемы эффективности государственной поддержки предпринимательства на региональном уровне (на примере взаимодействия Министерства инвестиций и развития Свердловской области с Фондом поддержки предпринимательства в сфере развития и поддержки малого и среднего бизнеса // Управленческое консультирование. –2016. – № 10. – С. 154-161.
4. Иванова В.В. Базовая доступность государственной поддержки предпринимательства в России // Управление устойчивым развитием. – 2018. – № 1 (14). – С. 48-50.
5. Аналитический обзор развития МСП [Электронный ресурс].– Режим доступа: URL: <http://mir.midural.ru/analiticheskiy-obzor-razvitiya-msp> (15.09.2021)
6. Годовой отчёт о деятельности Свердловского областного фонда поддержки предпринимательства за 2019 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://drive.google.com/file/d/1CZsx0b8ZqzfnBSSchUAdyGJ0klYi4T9N/view> (25.09.2021)



7. Годовой отчёт о деятельности Свердловского областного фонда поддержки предпринимательства за 2020 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [https://sofp.ru/upload/Файлы%20для%20размещения%202021/Годовой%20отчёт%202020\\_электронная%20версия.pdf](https://sofp.ru/upload/Файлы%20для%20размещения%202021/Годовой%20отчёт%202020_электронная%20версия.pdf) / (25.09.2021)
8. Годовой отчёт о деятельности Свердловского областного фонда поддержки предпринимательства за 2016 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://sofp.ru/upload/Отчеты%20и%20документы/Годовой%20отчет%20о%20деятельности%20СОФПП%20в%202016%20году.pdf> (25.09.2021)
9. Годовой отчёт о деятельности Свердловского областного фонда поддержки предпринимательства за 2017 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://sofp.ru/frontend/web/files/Годовой%20отчет%20СОФПП%20-%202017%20год.pdf> (25.09.2021)
10. Годовой отчёт о деятельности Свердловского областного фонда поддержки предпринимательства за 2018 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [https://sofp.ru/frontend/web/files/otchet\\_2018.pdf](https://sofp.ru/frontend/web/files/otchet_2018.pdf) (25.09.2021)
11. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://ofd.nalog.ru/index.html> (25.09.2021)
12. Замышляева Е.Л. Управление эффективностью предпринимательской деятельности и меры государственной поддержки бизнеса // Вестник ОрелГИЭТ. – 2020. – № 1 (51). – С. 171-179.

# СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ



УДК 33..63

# ВНЕДРЕНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА В КОНТЕКСТЕ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ АГРАРНОГО СЕКТОРА РА

**АСАТРЯН ОГАНЕС СИМОНОВИЧ**аспирант, младший научный сотрудник  
Институт Экономики им. М. Котаняна НАН РА

**Аннотация:** Экономические ситуации имеют тенденцию повторяться повсюду. Неотъемлемой частью современной экономической жизни стало применение экономического опыта той или иной организации, даже отрасли страны, для решения практических задач. Виноградарский комплекс - одна из ведущих, важнейших отраслей экономики Армении. Несмотря на высокий уровень развития, эта отрасль экономики имеет проблемы, для решения которых предлагается применить аналогичный зарубежный опыт. В частности, были изучены особенности этой же отрасли во Франции, и на ее основе разработаны направления решения проблемы.

**Ключевые слова.** Зарубежный опыт, виноградарство, виноделие, сельскохозяйственные кооперативы, закупка винограда.

## INTRODUCTION OF FOREIGN EXPERIENCE IN THE CONTEXT OF SOLVING THE PROBLEMS OF THE AGRICULTURAL SECTOR OF THE RA

**Asatryan Hovhannes Simon**

**Abstract:** Economic situations tend to repeat themselves everywhere. An integral part of modern economic life has become the application of the economic experience of an organization, even a branch of the country, to solve practical problems. The viticultural complex is one of the leading, most important sectors of the Armenian economy. Despite the high level of development, this branch of the economy has problems, for the solution of which it is proposed to apply similar foreign experience. In particular, the features of the same industry in France were studied, and on its basis, directions for solving the problem were developed.

**Key words.** Foreign experience, viticulture, winemaking, agricultural cooperatives, purchase of grapes.

Виноградарство и виноделие - одни из ведущих отраслей экономики Армении, обеспечивающие высокую рентабельность и долгую историю. Роль производства винограда в Армении неоднозначна, ее необходимо рассматривать как с социально-экономической, так и с этносоциокультурной точек зрения.

Особо следует упомянуть следующее.

- Экономическая эффективность вложений в виноградарство высокая. Капитальные вложения по созданию виноградников окупаются с четвертого года. У виноградарства есть еще одно преимущество. В отличие от плодов, у которых есть периодичность плодородия, виноград почти не обеспечивает относительно равномерный уровень урожайности на протяжении многих лет.

- Виноградные лозы ценны тем, что их выращивают практически на всех типах почв. Кроме того, его можно выращивать на склонах, на наклонных участках, что позволяет защитить почву от эрозии, эффективно использовать супесчаные почвы. Обстоятельство, указанное в номере РА, очень важ-

но, так как это малонаселенная горная страна. Виноградная лоза обильно растет даже на почвах с низким содержанием питательных веществ, которые почти не подходят для других культур [2, с. 12].

- Производство винограда всегда было и остается одним из важных секторов сельского хозяйства РА. За последние 10 лет площади под виноградники составляют около 0,8% сельскохозяйственных угодий РА, а валовое производство винограда составляет лишь около 4,5% от валовой продукции сельского хозяйства. Развитие виноградарства в стране существенно способствует повышению эффективности землепользования.

- Виноград - это питательный, вкусный плод с высоким содержанием калорий, который содержит большое количество витаминов, углеводов, органических кислот, микроэлементов и т. Д. Употребление свежего винограда успокаивает нервную систему человека, восстанавливает силы человека, перенесшего серьезную операцию, нормальную функцию почек, благотворно влияет при лечении больных туберкулезом и в борьбе с сердечными заболеваниями. По питательности виноградный сок даже сравнивают с грудным молоком [2, с. 4-5].

- Виноград является основным сырьем для винодельческой промышленности и единственным сырьем для производства бренди, из которого производят столовые, десертные, сладкие, ликерные, игристые и газированные вина. Брендиные сорта винограда производятся из белых сортов винограда, при перегонке которых получают брендиную спирт [2, с. 12].

- Высококачественный уксус получается при переработке легких столовых вин. Из остатков, полученных после обработки винограда, в результате дальнейшей обработки получают винодельню, винный камень, виноградный спирт, краску, поташ. В свою очередь, виноградные косточки перерабатываются в дорогие масла, дубильные вещества, кофейную гущу, ферменты и витамины [2, с. 12].

- Виноградарство играет важную роль в обеспечении занятости трудовых ресурсов РА. Если к этому добавить тех, кто занимается долгосрочным хранением винограда, переработкой и продажей виноградной продукции, то мощность виноградного комплекса увеличивается по занятости.

Винодельческая промышленность в Республике Армения - одна из важных отраслей агроперерабатывающей промышленности, она занимает особое место для развития виноградарства, которое является стратегическим направлением сельского хозяйства.

В Армении около 54 предприятий по переработке винограда, 12 из которых являются относительно крупными. Общая производственная мощность составляет около 265 тысяч тонн в год. Среднесписочная численность промышленного производства составляет около 2912 человек [4, - ]. Армения имеет богатую историю в области виноградарства и виноделия, в то время как как на внутреннем, так и на внешних рынках все еще существует серьезная проблема с представлением армянских вин, увеличением объемов производства и продвижением экспорта.

Несмотря на стабильный рост экспорта вина из Армении с 2000 года, качество экспортируемого вина все еще не соответствует международным стандартам. Основным рынком экспорта армянского вина остается Российская Федерация. Около 72% производимых в Армении вин экспортируется в Россию. Другими направлениями экспорта армянских вин являются США, страны ЕС и Грузия [3, с. 79]. Промышленность по переработке винограда - одно из важнейших направлений гарантированной продажи и усиленного воспроизводства винограда в стране, уровень развития которого во многом определяет развитие виноградарства.

С целью разработки предложений по развитию дноуглубительных работ по выращиванию винограда в РА, в исследовании также были изучены особенности французского виноградарского комплекса. Виноделие играет важную роль во французском сельском хозяйстве, которым занимаются многие французские фермеры. На протяжении многих лет виноделием во Франции занимались около 450 многодетных семей, а также десятки тысяч мелких хозяйств. Во Франции виноградарство отличается высокой степенью механизации. Выращиваются преимущественно европейские классические сорта: Алиготе, Шардоне, Пино, Семилон, Каберне и др. Столовые сорта: Шасела, Гамбургский Мускат, Альфонс Лаваль, Кардинал, Мускат Александрийский и др. Большая часть продукции предназначена для обработки вина. В настоящее время Франция занимает 4-е место в области виноградных плантаций (1,1 млн га) и 2-е место в мире по производству винограда (8,5 млн тонн). Годовой экспорт свежего вино-

града составляет 219 тыс. - 182,5 тыс. Тонн.

Во Франции производители винограда продают свою продукцию по 3 основным направлениям [3, с. 13].

- В первом случае производители винограда перерабатывают свою продукцию в вино. В этом случае происходит полная интеграция процесса производства вина, когда от выращивания винограда до продажи вина продажа сырья осуществляется фермерами. Фермеры занимаются «выращиванием винограда» и производством вина.

- Во втором случае используется идея сотрудничества. Фермеры, выращивающие виноград, объединяются в винные кооперативы. Как члены кооператива, фермеры поставляют свой виноград кооперативу, который производит вино или сырое вино от имени фермеров и продает его. Договор купли-продажи винограда между кооперативом и его членами не заключается. И виноград, и продукты, полученные из него, являются собственностью фермеров до продажи.

- В третьем случае фермеры продают виноград в свежем виде.

37% валового урожая заготавливается винными кооперативами. Винные кооперативы имеют долгую историю в области производства французских алкогольных напитков. Члены винных кооперативов возделывают более 310 тысяч гектаров виноградников, средний размер которых составляет 6 гектаров. Деятельность этих кооперативов включает более 100 000 человек, около 85 000 членов и более 17 000 сотрудников. В 2014 году годовой оборот винных кооперативов составил около 5,6 миллиарда евро [3, с. 14].

Отрасли виноградарства и виноделия - одна из экономических общих черт Армении и Франции. Учитывая существующие общие черты в сферах виноделия «Виноградарство РА», мы предлагаем применить французский опыт. В частности, мы предлагаем применение модели винных кооперативов в Армении. Последнее будет направлено на решение ряда проблем. Большая часть производимого в Армении винограда закупается перерабатывающими предприятиями по относительно низким ценам, что негативно сказывается на доходах виноградарей (в разные годы закупочная цена винограда колебалась в пределах 130-160 драмов). Кроме того, резкое увеличение валового сбора в некоторые годы создает проблемы, поскольку производственных мощностей существующих закупочных компаний недостаточно для закупки всего имеющегося винограда. В результате наблюдаются застойные явления, убытки, устанавливается очень низкая цена покупки. Например, в 2020 году сбор винограда продлился до конца ноября, в результате чего фермеры понесли потери урожая, а закупочная цена снизилась со 155 драмов / кг до 80 драмов / кг. Для сравнения: для производства 1 бутылки вина требуется 1–1,2 кг винограда, а на армянском рынке 1 бутылка вина продается минимум за 700–1000 драм.

В этом случае создание винных кооперативов виноградарями поможет решить проблемы заготовки винограда, увеличив при этом доходы. Создание винных кооперативов усилит конкуренцию на рынке закупок винограда, в результате чего закупочные организации будут вынуждены повышать закупочные цены или закупать винное сырье, производимое кооперативами. В любом случае эта экономическая мера поможет снизить безработицу в сельской местности, решить проблему продажи фермерской продукции и повысить доходы фермеров.

### Список литературы

1. Айвазян П. К, Айвазян Г. П. Виноградарство на основе селекции и ампелографии, Ереван, 2003 г.,
2. « Отчет об исследовании рынка виноградарства и вина в Армении» - Фондом экономического развития сельских районов Армении, Ереван 2017,
3. Alonso Ugaglia A., Cardebat Jean-Marie, Jiao L., The Palgrave Handbook of Wine Industry Economics (pp.17-46)/ The French Wine Industry, DOI:10.1007/978-3-319-98633-3\_2

# АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОЦИОЛОГИИ

УДК 66.009

# АКТУАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

**ГИНЦ АЛЕКСАНДР ВИКТОРОВИЧ**

Магистрант

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

**Аннотация.** В статье анализируются актуальные проблемы строительной сферы Российской Федерации. Выявляются ключевые факторы, ограничивающие эффективное развитие строительной отрасли как сектора российской экономики. Исследуются некоторые вопросы государственного регулирования и надзорной деятельности в строительной отрасли РФ.

**Ключевые слова:** строительная отрасль, государственный строительный надзор, застройщик, саморегулируемые организации (СРО), комфортное жилье.

## THE CURRENT STATE OF THE CONSTRUCTION INDUSTRY IN THE RUSSIAN FEDERATION AND THE PROBLEMS OF ITS STATE REGULATION

**Gints Alexander Viktorovich**

**Abstract.** The article analyzes the current problems of the construction sector of the Russian Federation. The key factors limiting the effective development of the construction industry as a sector of the Russian economy are identified. Some issues of state regulation and supervisory activity in the construction industry of the Russian Federation are investigated.

**Key words:** construction industry, state construction supervision, developer, self-regulatory organizations (SRO), comfortable housing.

Сфера строительства является одной из главных отраслей экономики современной России. Свидетельством этого является то, что на период с 2019 по 2024 годы она вошла в национальный проект «Жилье и городская среда». В проекте «Стратегии развития строительной отрасли Российской Федерации до 2030 года» закреплена идея развития конкурентоспособной строительной отрасли, основанной на компетенциях и ориентированной на обеспечение комфорта и безопасности жизнедеятельности граждан. Достижение подобных целей невозможно без создания эффективной системы государственного регулирования строительной отрасли.

Рассмотрим основные проблемы, которые существуют в строительном секторе в современных условиях.

Если говорить о качестве строящихся объектов в целом, то сегодня его можно охарактеризовать как среднее, а иногда и ниже среднего уровня. Одна из основных причин ухудшения технического сопровождения строительства – нехватка специалистов среднего звена (мастеров, прорабов) и квалифицированных рабочих: высококлассные специалисты ушли на пенсию, а подготовка кадров на базе профессиональных

технических училищ сейчас ведется в объеме значительно меньшем, чем это требуется рынку. При этом руководители строительных фирм в основном имеют экономическое образование, а не профильное строительное. Поэтому для кардинального изменения такой ситуации необходима разработка региональными правительствами программ по подготовке и повышению профессионального уровня кадров.

Другая проблема связана с низким уровнем ведения исполнительной документации либо ее отсутствием; нарушением сроков согласования изменений проектных решений с авторским надзором; несоответствием примененных материалов и выполненных работ требованиям проектной документации. Например, строители пытаются применять более дешевые, не энергоэффективные материалы. Так, при фасадных работах применяют более дешевый и менее плотный минерально-ватный утеплитель, что недопустимо, поскольку это приводит со временем к сползанию утеплителя по фасадной системе, появлению незащищенных от проникновения холода участков. Если поставляются оконные блоки, они должны иметь определенный коэффициент сопротивления теплопередачи т.п.

Важной проблемой остается эксплуатация ГПМ на строящихся объектах без наличия необходимой разрешительной и проектной документации, а также без наличия страхового полиса.

Кроме того, недостаточный контроль за строительством со стороны застройщика (заказчика), саморегулируемых организаций (СРО), который в свою очередь ведет к снижению качественного уровня выполнения работ.

Данные проблемы должны оперативно и эффективно решать органы государственного строительного надзора. В современных условиях уклониться от проведения проверок органов Госстройнадзора участники строительства не могут – будь то застройщик, технический заказчик, генеральный подрядчик или субподрядная организация. Органы Госстройнадзора направляют уведомление о проверке за три дня до ее начала. Отказаться в проверке юридическое лицо, получившее уведомление, не имеет права. За отказ есть соответствующие статьи Кодекса об административных правонарушениях РФ.

Органы Госстройнадзора занимаются проверками строительных изделий и соответствующих сертификатов, деклараций и паспортов качества на них. В случае несоответствия выписываются штрафы: от 100 до 300 тысяч рублей на юридическое лицо и от 10 до 30 тысяч рублей на должностное. За нарушение требований по энергоэффективности размер штрафов в отношении юридических лиц составляет от 500 до 600 тысяч рублей. Помимо выплаты штрафа, застройщик должен устранить все выявленные нарушения, в том числе, если потребуется и переделать уже сделанные работы.

Если недоделки обнаружались после ввода дома в эксплуатацию, то в соответствии с Гражданским кодексом РФ существует гарантийное обязательство застройщика, в период действия которого он может предъявить требования к подрядчику по устранению нарушений. Если подрядчик получил такую жалобу от застройщика, и она аргументирована, он обязан устранить недоделки. Органы Госстройнадзора со своей стороны после ввода здания в эксплуатацию надзорные действия предпринимать не могут. Но могут обратиться к застройщику, чтобы он исполнил свои гарантийные обязательства по обращению гражданина. Чаще всего застройщики идут навстречу органам Госстройнадзора, и проблема каким-то образом решается.

Стоит отметить, что разрешение на строительство не требуется для возведения некапитальных объектов (это киоски, навесы и др.), гаражей на отведенных для этих целей земельных участках, а также осуществления капитального ремонта объектов капитального строительства.

К сожалению, не все объекты подконтрольны органам Госстройнадзора. Например, жилые дома этажностью до трех этажей, а также объекты площадью до 1,5 тыс. кв. метров с количеством этажей не более двух. Многие недобросовестные застройщики пользуются этим обстоятельством и возводят такие объекты под видом индивидуального жилищного строительства. В связи с этим в Государственную думу РФ был направлен законопроект, предписывающий проведение государственного строительного надзора над объектами общественного назначения площадью менее 1,5 тыс. кв. метров, но при этом освобождающий их от прохождения экспертизы. И связано это прежде всего с тем, что под эту безнадзорную категорию попадает большая часть детских садов.

В настоящее время, благодаря более эффективной работе органов Госстройнадзора, участилась практика сноса объектов самовольной застройки.

В статье 222 Градостроительного Кодекса РФ определены: признаки самовольной постройки; круг лиц, полномочных признать объект капитального строительства самостроем; вероятная судьба самостроя. Помимо органов Госстройнадзора, согласно ч.2 ст. 55.32 Градостроительного Кодекса РФ, полномочиями объявлять недвижимость незаконной постройкой наделены инспектора в области охраны окружающей среды, органы местной власти по земельному и природоохранному контролю.

Выявив признаки незаконной постройки, органы Госстройнадзора отправляют уведомление в органы местной власти о факте самовольной постройки на данной территории. Орган местного самоуправления примет решение о сносе самовольной постройки, если: правоустанавливающих документов; действия застройщика расцениваются в этом случае как самовольный захват земли; спорный объект не соответствует целевому назначению земли, расположен на территории общего пользования (ч.1 п.4 ст. 222 ГК РФ). Далее материалы направляются в суд, который принимает решение о сносе объектов самовольной застройки.

Таким образом, социально-экономическое развитие РФ, предполагающее повышение качества жизни населения, элементом которого является наличие доступного, экологичного, энергоэффективного и комфортного жилья, актуализирует вопросы, связанные с усилением надзорных функций и обеспечением законности в сфере строительства.



НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**ЭКОНОМИКА В ТЕОРИИ И НА ПРАКТИКЕ:  
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И  
СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ**

Сборник статей

Международной научно-практической конференции

г. Пенза, 5 октября 2021 г.

Под общей редакцией

кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева

Подписано в печать 6.10.2021.

Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 6,8

МЦНС «Наука и Просвещение»

440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10

[www.naukaip.ru](http://www.naukaip.ru)

# Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в Международных научно-практических конференциях!

Дата	Название конференции	Услуга	Шифр
5 ноября	XXII Международная научно-практическая конференция <b>СОВРЕМЕННАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1214
5 ноября	VII Международная научно-практическая конференция <b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1215
5 ноября	VII Международная научно-практическая конференция <b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПЕДАГОГИКИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1216
5 ноября	VII Международная научно-практическая конференция <b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЮРИСПРУДЕНЦИИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1217
7 ноября	VII Международная научно-практическая конференция <b>СОВРЕМЕННАЯ НАУКА И МОЛОДЫЕ УЧЁНЫЕ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1218
7 ноября	XXVII Международная научно-практическая конференция <b>EUROPEAN SCIENTIFIC CONFERENCE</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1219
10 ноября	XIV Международная научно-практическая конференция <b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1220
10 ноября	VIII Международная научно-практическая конференция <b>СТУДЕНЧЕСКИЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1221
12 ноября	IV Международная научно-практическая конференция <b>МОЛОДЁЖНАЯ НАУКА</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1222
12 ноября	XIII Всероссийская научно-практическая конференция <b>ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ, НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1223
15 ноября	I Международная научно-практическая конференция <b>ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1224
15 ноября	XIII Международная научно-практическая конференция <b>ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1225
15 ноября	XVI Международная научно-практическая конференция <b>ПЕДАГОГИКА И СОВРЕМЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ТРАДИЦИИ, ОПЫТ И ИННОВАЦИИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1226
15 ноября	XVI Международная научно-практическая конференция <b>ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ, ПРАВОВОЕ ГОСУДАРСТВО И СОВРЕМЕННОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1227
17 ноября	XV Международная научно-практическая конференция <b>НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ УЧЁНЫХ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1228
20 ноября	XXXVI Международная научно-практическая конференция <b>НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ: СОХРАНЯЯ ПРОШЛОЕ, СОЗДАЁМ БУДУЩЕЕ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1229
20 ноября	VI Международная научно-практическая конференция <b>ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1230
23 ноября	IV Международная научно-практическая конференция <b>НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СТУДЕНТОВ И УЧАЩИХСЯ</b>	90 руб. за 1 стр.	МК-1231

[www.naukaip.ru](http://www.naukaip.ru)