



**НАУЧНЫЙ  
ФОРУМ**  
nauchforum.ru

ISSN 2618-6837



LXXII Студенческая международная  
заочная научно-практическая  
конференция

**ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ.  
СТУДЕНЧЕСКИЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ  
№3(72)**

г. МОСКВА, 2024



# ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ. СТУДЕНЧЕСКИЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ

*Электронный сборник статей по материалам LXXII студенческой  
международной научно-практической конференции*

№ 3 (72)  
Март 2024 г.

Издается с февраль 2018 года

Москва  
2024

УДК 3+33  
ББК 60+65.050  
О28

Председатель редколлегии:

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

Редакционная коллегия:

**Волков Владимир Петрович** – кандидат медицинских наук, рецензент АНС «СибАК»;

**Елисеев Дмитрий Викторович** – кандидат технических наук, доцент, начальник методологического отдела ООО "Лаборатория институционального проектного инжиниринга";

**Захаров Роман Иванович** – кандидат медицинских наук, врач психотерапевт высшей категории, кафедра психотерапии и сексологии Российской медицинской академии последипломного образования (РМАПО) г. Москва;

**Зеленская Татьяна Евгеньевна** – кандидат физико-математических наук, доцент, кафедра высшей математики в Югорском государственном университете;

**Карпенко Татьяна Михайловна** – кандидат философских наук, рецензент АНС «СибАК»;

**Костылева Светлана Юрьевна** – кандидат экономических наук, кандидат филологических наук, доц. Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), г. Москва;

**Попова Наталья Николаевна** – кандидат психологических наук, доцент кафедры коррекционной педагогики и психологии института детства НГПУ;

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

**О28 Общественные и экономические науки. Студенческий научный форум.** Электронный сборник статей по материалам LXXII студенческой международной научно-практической конференции. – Москва: Изд. «МЦНО». – 2024. – № 3 (72) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://nauchforum.ru/archive/SNF\\_social/3\(72\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/SNF_social/3(72).pdf)

Электронный сборник статей по материалам LXXII студенческой международной научно-практической конференции «Общественные и экономические науки. Студенческий научный форум» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

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

ISSN 2618-6837

ББК 60+65.050  
© «МЦНО», 2024 г.

## **Оглавление**

<b>Секция 1. Экономика</b>	<b>4</b>
ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ В ИНДУСТРИИ СПОРТА Авенович Мария Романовна Неустроева Анастасия Сергеевна	4
ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОЦЕССА И СПОСОБЫ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ Волкова Светлана Витальевна	8
СПЕЦИФИКА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ ИКТ-СЕКТОРА Кривоносова Елизавета Александровна	13
СУЩНОСТЬ И ЦЕЛЬ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ Паджева Алина Игоревна Петренко Юлия Вячеславовна	16
АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ ФСА-АНАЛИЗА Светалкин Евгений Михайлович	21
<b>Секция 2. Юриспруденция</b>	<b>28</b>
НЕЗАКОННОЕ ПРОИЗВОДСТВО, СБЫТ И ПЕРЕСЫЛКА НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ, ПСИХОТРОПНЫХ ВЕЩЕСТВ ИЛИ ИХ АНАЛОГОВ: УГОЛОВНО-ПРАВОВОЙ И КРИМИНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ Антонова Елизавета Алексеевна	28
ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ К СУБСИДИАРНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОНТРОЛИРУЮЩИХ ДОЛЖНИКА ЛИЦ Бородовицына Ксения Сергеевна Дегоева Олеся Алексеевна	31
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ УЧАСТИЯ ГОСУДАРСТВА В КОРПОРАТИВНЫХ ПРАВООТНОШЕНИЯХ Почтовый Владимир Сергеевич Гусева Наталья Николаевна	37
КОНСТИТУЦИОННЫЕ ПРАВА И СВОБОДЫ ГРАЖДАН РОССИИ Тихонова Елена Егоровна	40

# СЕКЦИЯ 1.

## ЭКОНОМИКА

### ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ В ИНДУСТРИИ СПОРТА

***Авенович Мария Романовна***

*студент,  
Санкт-Петербургский государственный  
университет промышленных технологий и дизайна,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

***Неуструева Анастасия Сергеевна***

*научный руководитель,  
старший преподаватель кафедры экономики и финансов,  
Санкт-Петербургский государственный  
университет промышленных технологий и дизайна,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

В современном мире организации динамично развиваются в различных отраслях экономики, соответственно, конкуренция также ужесточается, усиливается противодействие организаций, осуществляющих аналогичную деятельность. Для того чтобы бизнес развивался, необходимо приложить максимум усилий, разработать конкретный план работы организации для достижения ее целей. Такой подробный план и есть маркетинговая стратегия.

Значимость разработки и реализации маркетинговой стратегии актуальна для организаций, направленных на осуществление спортивной деятельности. Ведь индустрия спорта является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики и в условиях современного рынка – стала не только о спортивных событиях и достижениях, но и о бизнесе, медиа и развлечениях.

Маркетинговые стратегии в индустрии спорта обладают рядом особенностей, которые необходимо учитывать при разработке и реализации планов. Данные стратегии направлены на удовлетворение потребностей разных заинтересованных сторон, таких как болельщики, спонсоры, партнеры, спортсмены и организаторы соревнований [1].

Многие традиционные и цифровые маркетинговые стратегии могут быть применены в спортивной индустрии, однако сложность заключается в том, чтобы обеспечить соответствие этих стратегий уникальным целям спортивных организаций и отношениям с болельщиками, характерным именно для спортивного маркетинга. Например, в профессиональных спортивных клубах маркетинговые стратегии направлены на продвижение бренда, большую заинтересованность болельщиков, а также увеличение дохода.

Профессиональные спортивные организации часто прибегают к использованию инструментов SMM-продвижения. Такие социальные сети, как Телеграм, ВКонтакте, YouTube и др. играют важную роль в установлении связей между клубами и их болельщиками в глобальном масштабе. Создание таких сообществ позволяет собрать целевую аудиторию на одной площадке, что дает возможность продвигать спортивную организацию и оказывать влияние на ее репутацию. Также активно создаются официальные сайты и приложения, на которых размещена основная информация о деятельности спортивной организации.

Экспериментальный маркетинг стал ключевой стратегией в спортивном маркетинге, сфокусированной на создании захватывающих и запоминающихся впечатлений для болельщиков. Он выходит за рамки традиционной рекламы и промоакций, предоставляя болельщикам возможность активно взаимодействовать с командой, спортсменами и самим спортом. Маркетологи могут использовать трансляцию уникальных историй спортсменов, команд и событий. Речь идет о создании контента, который резонирует с болельщиками на более глубоком уровне и заставляет их чувствовать личную заинтересованность. Такого рода контент представляет возможность болельщикам стать частью клуба, получить доступ к эксклюзивной информации, а также принять участие в различных акциях и мероприятиях.

Помимо онлайн-продвижения спортивные организации используют и другие тактики, чтобы обеспечить исключительный опыт для болельщиков. К ним относятся интерактивные фан-зоны на стадионах или аренах, встречи со спортсменами, автограф-сессии, развлечения на стадионе, такие как предматчевые интерактивы.

Еще один аспект на котором концентрирует свое внимание спортивные организации это активное участие в социальных проектах. Например, проведение благотворительных акций и мероприятий, направленных на помощь нуждающимся: оказание финансовой поддержки детским домам, больницам и другим благотворительным организациям или активное привлечение внимания к проблемам экологии и здорового образа жизни. Участие спортивных организаций в таких проектах помогает не только привлечь внимание к социальным проблемам, но и создать положительный имидж организации.

Очевидно, что и в индустрии спорта маркетинговые стратегии играют решающую роль в успехе клубов, команд, спортивных брендов и организаторов соревнований. Ведь организация, которая не занимается разработкой маркетинговых стратегий будет не способна выдержать рыночную конкуренцию и вести эффективную деятельность.

Наглядным примером разработки и реализации успешной маркетинговой стратегии является Баскетбольный клуб «Зенит» (БК «Зенит»). Клуб ставит перед собой цель: повышение доходов и привлечение новых болельщиков и увеличение лояльности существующих. Для того, чтобы успешно достичь эти цели клуб сосредотачивается на следующих аспектах:

1. Компании-спонсоры. БК «Зенит» имеет множество рекламных возможностей, клуб постоянно занимается поиском компаний, которых можно привлечь к сотрудничеству, предлагая различным организациям заключение рекламных контрактов.

2. Маркетинг и реклама. БК «Зенит» имеет большое преимущество в плане продвижения в социальных сетях и вкладывает в это большое количество времени. У клуба существует официальный сайт, мобильное приложение, а также официальные страницы в социальных сетях. Например, число подписчиков в социальной сети ВКонтакте составляет более 127,5 тыс. человек.

За короткий промежуток времени количество подписчиков и просмотров растет довольно стремительно в каждом сезоне. Данные говорят о хорошо подобранном контенте и общей заинтересованности людей миром баскетбола, поэтому

клуб делает на этом упор. У БК «Зенит» также есть новый проект – сериал про основную команду сине-бело-голубых «За Лицевой». Данный проект создан с целью улучшения коммуникации и взаимодействия с болельщиками.

3. Участие в социальных проектах. Клуб проводит программы для развития молодежного баскетбола, организует соревнования для юных спортсменов, проводит благотворительные акции и мероприятия.

4. Продажа атрибутики с символикой клуба. Клуб также стремится к увеличению процента прибыли со стороны продажи атрибутики. Наличие атрибутики у клуба играет важную часть в его продвижении. Человек, который носит футболку с логотипом команды играет роль передвижного рекламного баннера. Атрибутика является рекламой, за которую клиент при этом заплатил, поэтому клуб также намерен тщательно развиваться в этом направлении.

Действующая стратегия клуба действительно работает эффективно, так как показатели посещаемости матчей растут и зачастую клуб уведомляет о том, что достигнут результат 100% продажи билетов, а также растет количество подписчиков в социальных сетях, а за 2022 год выручка составила порядка 2,411 млрд. руб., а чистая прибыль – 439 млн. руб. Современная индустрия спорта представляет собой высококонкурентную среду, где важно не только обладать талантливыми спортсменами и успешными командами, но и уметь правильно позиционировать свой бренд, привлекать и удерживать спонсоров и партнеров, а также эффективно взаимодействовать с аудиторией и болельщиками. Таким образом, разработка и реализация маркетинговых стратегий в индустрии спорта становятся неотъемлемой частью успеха в условиях современного рынка.

### **Список литературы:**

1. Гореликов, В.А. Маркетинговая стратегия спортивной организации - возможность повышения доходов и поиск новых источников финансирования / В.А. Гореликов // Наука и спорт: современные тенденции. – 2021. – Т. 9, № 2. – С. 139-145.



## ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОЦЕССА И СПОСОБЫ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

*Волкова Светлана Витальевна*

*магистрант,*

*Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),*

*РФ, г. Ростов-на-Дону*

## THE MAIN STAGES OF THE COMMUNICATION PROCESS AND WAYS TO IMPROVE IT

*Svetlana Volkova*

*Undergraduate student,*

*Rostov State University of Economics (RSUE)*

*Russia, Rostov-on-Don*

**Аннотация:** Как известно из социологических исследований, менеджеры тратят в среднем от 60 до 90% своего рабочего времени на процесс коммуникации. Это объясняется тем, что руководитель всегда включен в рабочий процесс, находится в коммуникации со своими подчиненными, принимает решения, обменивается информацией с людьми, а также выполняет свои стандартные управленческие функции (планирование, организация, координация, контроль, мотивация). Все это необходимо для того, чтобы выполнять поставленные задачи, достигать поставленных целей, реализовывать свою роль в процессе коммуникации в организации. Коммуникация включает в себя несколько взаимосвязанных этапов, каждый из которых может повлиять на достоверность информации, исказив ее и поменяв изначальное значение.

**Abstract.** As it is known from sociological research, managers spend on average from 60 to 90% of their working time on the communication process. This is due to the fact that the manager is always involved in the workflow, is in communication with his subordinates, makes decisions, exchanges information with people, and also performs his standard managerial functions (planning, organization, coordination, control, motivation). All this is necessary in order to fulfill the tasks set, achieve the goals set, and realize your role in the communication process in the organization.

Communication includes several interrelated stages, each of which can affect the reliability of information by distorting it and changing its original meaning.

**Keywords:** communication system, communication process, information, stages of the communication process, information exchange, efficiency.

**Ключевые слова:** система коммуникаций, коммуникационный процесс, информация, этапы коммуникационного процесса, обмен информацией, эффективность.

Коммуникационный процесс – обмен информацией между двумя индивидами и более, главной целью которого является обмен информацией таким образом, чтобы она была понята истинным образом.

Рассмотрим этапы коммуникационного процесса:

1. Появление идеи. Для того, чтобы обмен информацией не закончился на первом же этапе, необходимо четко понять: какую информацию необходимо передать и как ее передать таким образом, чтобы не исказить идею. Ведь именно из-за искажения идеи часто процесс коммуникации прерывается, так как идея кажется неинтересной и даже не обсуждается.

2. Кодирование и выбор канала передачи. На этом этапе идея трансформируется в обращение, которое можно передавать. Для этого необходимо выбрать, каким способом информация будет закодирована: в виде письма, видео, фото, речи, невербальных знаков, звуков и т.д. Важно, чтобы выбранная система кодирования была также известна получателю обращения. Закодированное сообщение должно нести в себе истинный смысл, закладываемый его отправителем и автором идеи. Далее происходит отправка информации с помощью выбранного канала передачи.

3. Декодирование. Получатель должен раскодировать полученную информацию, делает он это исходя из своего восприятия, опыта, знаний и т.д. Чем тщательнее проходит этот этап, тем эффективнее результат процесса коммуникации.

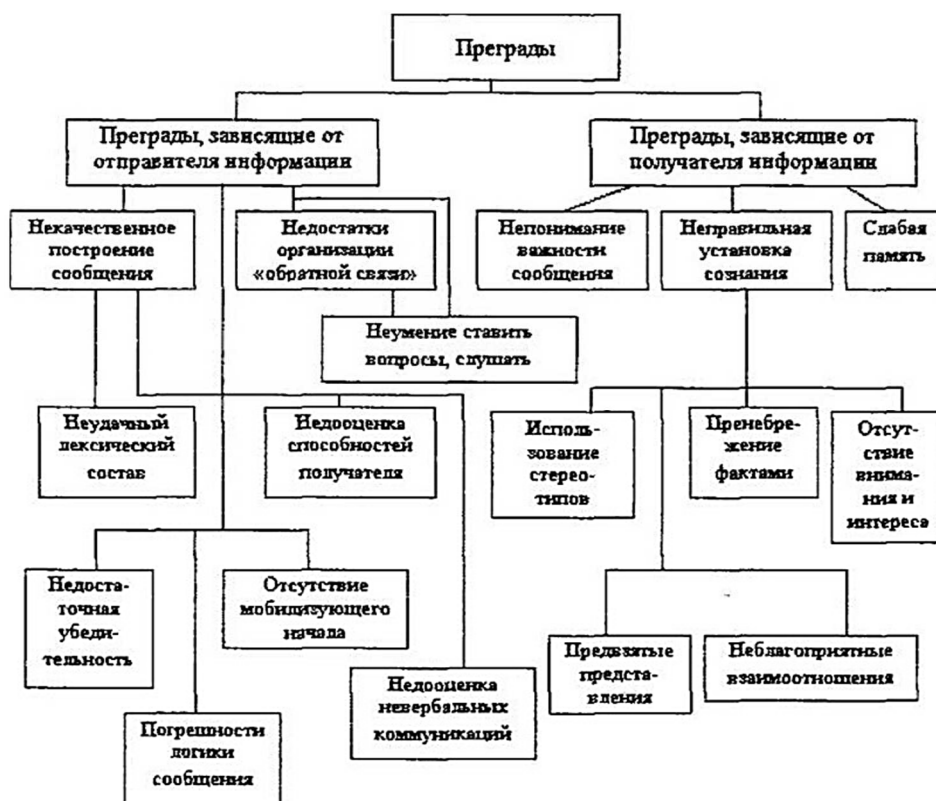
4. Обратная связь по итогам коммуникации. Это самый важный этап, который дает возможность отправителю проанализировать сделанную им

работу – это позволит в дальнейшем качественнее доносить до получателя свою идею, чтобы минимизировать искажение информации, что также повлияет на эффективность коммуникации.

Говоря о коммуникациях, о повышении их эффективности, необходимо упомянуть, что в процессе коммуникации появляются и различные барьеры, преграды, которые стоят на пути у успешной коммуникации. Барьеры бывают макро- и микроуровней. Макробарьеры мешают всему процессу коммуникации, например, это искажение информации, перегруженные информационные сети, рост потребности в более сложной информации, рост роли иностранных языков в процессе коммуникации и т.п.

Микробарьеры препятствуют процессу коммуникации в более узких сферах, например, личные взаимоотношения отправителя и получателя, отношение получателя к каналу передачи информации, его восприятие обращения (использование многозначных слов) и отсутствие обратной связи.

Все преграды на пути к успешному процессу коммуникации можно представить в виде схемы, что изображено на Рис. 1.



*Рисунок 1. Преграды на пути к успешному процессу коммуникации*

Преградой также может являться нежелание принимать новое по причине того, что новые идеи кажутся сомнительными, или же из-за стереотипов. По этой причине суть идеи искажается, обратная связь теряет свою эффективность, результативность сообщения снижается, как и результат коммуникационного процесса. Эффективность может быть разной, например, по данным зарубежных исследований, горизонтальные коммуникации гораздо эффективнее вертикальных: горизонтальные эффективны на 85%, вертикальные же на 30-35%. Эффективность измерялась количеством информации, дошедшей до сотрудников, а также ее корректностью. Из чего можно сделать вывод, что сотрудники могут выполнять свои задачи даже располагая всего третью из необходимой им информации. Важно также соблюдать и этические нормы в процессе коммуникации – это важно делать с двух сторон. Важно и то, в какой форме доносится сообщение: сначала необходимо установить контакт, презентовать, отработать возражения и как итог – призвать к действию и заключить договор. В процессе презентации важно доносить информацию простым языком, даже если собеседник образован и умен, а также важно предоставлять достоверную информацию, ведь один недостоверный факт привлечет больше внимания, чем 99 достоверных. Выделим несколько правил успешной коммуникации:

1. Четко определить цели обращения.
2. Проанализировать и выделить истинные цели каждой коммуникации.
3. Узнать мнение знающих людей во время планирования коммуникации.
4. Уделить достаточно времени подготовке к невербальной коммуникации (внешний вид, интонация, речь, мимика и пр.) и содержанию обращения.
5. При возможности, включить в сообщение полезное и ценное для его получателя.
6. При коммуникации отслеживать ее эффективность и при необходимости корректировать план действий.
7. Планировать коммуникацию успешную не только здесь и сейчас, но и в дальнейшем.

8. Научиться методам активного слушания и пользоваться ими при коммуникации.

Не четко выстроенная система коммуникаций в организации влечет за собой серьезные последствия, например, нарушения психологического и эмоционального характера как для руководителей, так и для их подчиненных. Также опыт многих компаний с многолетним стажем говорит о том, что эффективное управление невозможно без четко выстроенной системы коммуникаций.

### **Список литературы:**

1. Акатьев, Э.Р. Роль коммуникации в системе управления / Э.Р. Акатьев // Социологические науки. – 2016. - №46. – URL: <http://novainfo.ru/article/6085> (дата обращения: 10.02.2024)
2. Кузнецова, Н.В. Проблемы внутриорганизационной коммуникации в управлении / Н.В. Кузнецова // Известия Восточного института. – 2018. - №1 - URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/problemyvnutriorganizatsionnoykommunikatsii-v-upravlenii> (дата обращения: 13.02.2024)
3. Лосев, К.В. Коммуникационный менеджмент / К.В. Лосев. – Санкт-Петербург: ГУАП, 2020. - 78 с.
4. Хлынина, М.В. Внутриорганизационные коммуникации: проверка на прочность/ М.В. Хлынина// Справочник по управлению персоналом. – 2019. - №11. - URL:<http://www.propersonal.ru/journal/741/308168/> (дата обращения: 15.02.2024)
5. Юмашева И.А. Основы деловых коммуникаций. Учебное пособие. - М.: КноРус, 2022. - 164 с.
6. Якупов, П.В. Коммуникации: определение понятия, виды коммуникации и ее барьеры / П.В. Якупов // Вестник ГУУ. – 2020. - №10. – С.261-266.

## СПЕЦИФИКА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ ИКТ-СЕКТОРА

*Кривоносова Елизавета Александровна*

*студент,*

*Брестский государственный технический университет,*

*РБ, г. Брест*

В современном мире информационные технологии становятся важными составляющими развития экономики любой страны мира. Широкое распространение информационных технологий в хозяйственной жизни общества вызывает большие изменения в экономическом пространстве. Создание новых технологий возникает в результате взаимодействия информационно-коммуникационных технологий с секторами экономики.

В экономике знаний необходимо регулярно оценивать уровень развития информационно-коммуникационных технологий и в глобальном масштабе, и внутри страны. Согласно экономическим моделям, научно-технический прогресс является определяющим фактором, приносящим до 96% прироста. ИКТ выступают в роли важной движущей силы научно-технического прогресса, способствуя его развитию и продвижению вперед [1].

Развитие современного общества и технологий приводит к возрастающей потребности в профессиях, которые связаны со сферой ИКТ. Следовательно, необходимо создавать новые требования к квалификации работников.

На текущий момент, в сферах бизнеса, проектирования и управления существует значительный дефицит квалифицированных специалистов, способных создавать и эффективно использовать информационные системы. Быстрый темп развития отраслей приводит к скорому устареванию знаний, необходимости повышения квалификации сотрудников. Кадровая проблема должна решаться в ВУЗах при подготовке дипломированных специалистов.

Применение ИКТ существенно влияет на структуру системы образования, включая типы образовательных моделей, использование различных учебных материалов и организацию учебного процесса. Внедрение новых технологий

требует от преподавателей изменения своего рабочего подхода и методов работы, а также овладения новыми профессиональными навыками.

Как показывают различные комплексные исследования, к 2025 году ожидается формирование информационного общества, основанного на создании единого информационного пространства [2]. В сфере образования информатизация проявляется через электронные библиотеки и учебники, доступ к информационным ресурсам и возможность дистанционного обучения. Мероприятия по развитию информационной среды в системе образования должны быть нацелены на улучшение системы подготовки специалистов в областях, где используются информационно-коммуникационные технологии.

Информатизация образования - комплексный подход к применению информационных и коммуникационных технологий в образовательном процессе. Она включает в себя создание нормативно-правовой базы (разработка законодательных актов, определяющих правовой статус ИКТ в образовании), развитие материально-технической инфраструктуры (модернизация оборудования в учебных заведениях), формирование кадровой базы (повышение квалификации педагогических кадров), развитие дистанционного обучения, улучшение информационной инфраструктуры.

Переход от экстенсивного обучения к интенсивному является первоочередной задачей подготовки кадров, поскольку объем информации, которую может усвоить обучающийся, ограничен. Интенсивное обучение позволяет достичь нового качества образования путем изменения связей и отношений между дисциплинами, вместо увеличения объема знаний и коррекции планов по учебным предметам.

Первоочередная проблема заключается в низком уровне подготовки обучающихся. Вместо развития практического мышления и приобретения широкого спектра навыков и знаний, необходимых для успешного освоения дисциплин, в приоритете находится выучивание алгоритмов решения определенного класса задач. Это оказывает негативное влияние на качество подготовки, включая специализированные навыки в ИКТ-области.

Основные причины, негативно влияющие на качество подготовки кадров: малое количество часов на прохождение производственной практики и стажировки, моральный и физический износ материально-технической базы, недостаточное использование ИКТ в процессе обучения.

Свою специфику при проведении курсов повышения квалификации имеют дисциплины в области информационных технологий. Интенсивное развитие возможностей мультимедийного представления информационных материалов, внедрение интерактивных технологий, расширение спектра интернет-ресурсов ставит перед преподавателем ряд задач, от мониторинга новинок в использовании ИКТ в учебном процессе и обновление содержания преподаваемых материалов, до разработки практических заданий для отработки навыков создания электронных средств обучения [3].

Использование ИКТ – это неотъемлемая часть огромного количества профессий. Внедрение передовых информационных технологий в реальном секторе образования будут способствовать формированию нового пласта обученных специалистов, укреплению международного престижа страны.

### **Список литературы:**

1. Борзенкова, Т.А. Анализ развития отрасли ИКТ в Беларуси/ Т.А. Борзенкова // 52-я науч. конф. аспирантов, магистрантов и студентов, Минск, 25-30 апреля 2016 г. // Белорус. гос. ун-т информатики и радиоэлектроники. Минск, 2016. – С. 87–88.
2. Постановление совета министров Республики Беларусь «О Государственной программе «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы» – [Электронный ресурс] – Режим доступа. –URL: <https://pravo.by/> (Дата обращения 24.02.2024).
3. Тагиров, В.К. Совершенствование профессиональной подготовки будущих IT-специалистов в условиях изменяющейся ситуации на рынке труда / В.К. Тагиров – [Электронный ресурс] – Режим доступа. –URL: <https://inlnk.ru/jEjava> (Дата обращения 24.02.2024).



## СУЩНОСТЬ И ЦЕЛЬ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

***Паджева Алина Игоревна***

*студент,*

*Санкт-Петербургский государственный*

*университет промышленных технологий и дизайна,*

*РФ, г. Санкт-Петербург*

***Петренко Юлия Вячеславовна***

*научный руководитель,*

*канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и финансов,*

*Санкт-Петербургский государственный*

*университет промышленных технологий и дизайна,*

*РФ, г. Санкт-Петербург*

Одним из важнейших аспектов деятельности современной компании является управление персоналом. Важность заключается в том, что при максимально эффективном и рациональном использовании трудовых ресурсов, компания может осуществлять прибыльную деятельность. Более того, в рамках современных теоретических аспектов в области экономики труда, систему управления персоналом выделяют в отдельный фактор, который является частью общего менеджмента компании.

На сегодняшний день, система управления персоналом в компании довольно тесно связана с наиболее общими вопросами менеджмента, в рамках иных аспектов деятельности компании. Основной целью деятельности любой коммерческой организации является получение прибыли, а так как прибыль представляет собой результат определенного труда, это требует конкретных ресурсов, в частности – трудовых.

Г. Марр А. Флиастер определяет исследуемую систему как сферу деятельности, важнейшими элементами которой являются: определение потребности в персонале; организация деятельности работающего персонала; привлечение новых перспективных сотрудников; увольнение; развитие; контроль персонала; структурирование труда; политика вознаграждения, социальные услуги и распределение прибыли; управление расходами на персонал и т.д. [1].

С точки зрения Кибанова А.Я., под системой управления человеческими ресурсами, стоит понимать, как стратегическое, так и оперативное управление персоналом [2]. Таким образом, данная точка зрения является своеобразной расширенной трактовкой понятия системы управления человеческими ресурсами в компании.

По мнению другого автора, Хазановой Д.Л., под современной системой управления человеческими ресурсами стоит понимать определенную систему идей, а также методик для максимально эффективного и рационального формирования и управления компаниями, которые развиваются и функционируют в рамках современной деловой жизни [3].

Таким образом, исходя из представленных выше трактовок и определений, можем резюмировать, что система управления персоналом определяется как совокупность взаимосвязанных элементов, при помощи которых достигается максимально эффективное и рациональное использование всех имеющихся трудовых ресурсов компании в будущем, с точки зрения прибыльности компании и достижения иных целей деятельности данной компании.

Процесс управления персоналом – это целенаправленное действие по укреплению связи между субъектом и объектом. Основная цель управления персоналом проявляется в использовании личностного потенциала сотрудника. Рассмотрим основные аспекты системы управления персоналом:

1. Технические (технологические) аспекты предполагают, что необходимо учитывать степень развития и конкретные условия определенного производства.
2. Организационно-экономический аспект позволяет определить вопросы, напрямую связанные с планированием численности, а также непосредственным составом сотрудников предприятия; рассматриваются моральные и материальные стимулы, оценивается использование рабочего времени.
3. Юридический аспект связан с изучением основных вопросов соблюдения, действующего в нашей стране, трудового законодательства.

4. Социально-психологический аспект представляет собой определенное продвижение системы управления человеческими ресурсами, которое осуществляется в рамках самых различных психологических, а также социологических практик.

5. Образовательный аспект затрагивает те проблемы, которые, так или иначе, связаны с обучением сотрудников предприятия, либо с их профессиональным развитием [4].

Со структурной точки зрения, в рамках системы управления персоналом предприятия, выделяют определенные элементы, которые в своей общей совокупности и формируют данную систему. Важность структурного разделения системы управления персоналом предприятия, заключается в обеспечении ее взаимосвязи с иными элементами менеджмента в компании.

Как правило, основные элементы системы управления персоналом предприятия, включают в себя: цель, функции, отдельные подсистемы, структуру управления персоналом. Кроме того, элементы системы управления персоналом могут включать в себя взаимоотношения между отдельными субъектами системы управления персоналом, а также участие сотрудников в непосредственном управлении компанией.

В рамках проектирования и дальнейшего создания системы управления персоналом в компании, первичным этапом является формулирование основной цели данной системы. Отметим, что цель не может быть единой, для каждой отдельной компании она будет различной, так как компании различаются характером деятельности, объемами производства, численностью персонала, общими стратегическими целями деятельности и т.д.

Современные компании, при формулировании цели создания системы управления персоналом, могут обратиться как к отечественному, так и зарубежному опыту, что позволит максимально рационально и грамотно сформулировать цель. Важность правильной постановки цели, заключается также в том, что она дает определенное направление, а также мотивацию всем сотрудникам компании, что в конечном итоге позволяет формировать наиболее слаженную работу коллектива, которая, в свою очередь, является ключом к успешной и эффективной работе [5].

Отметим, что кроме основной цели системы управления персоналом в компании, существуют и второстепенные цели, которые также важны для системы управления в целом. Далее, кратко охарактеризуем указанные выше возможные категории целей системы управления персоналом в рамках современной компании:

1. Экономическая цель. В данном случае, понимается такая цель, которая будет направлена на достижение определенного размера прибыли компании, которая, в свою очередь, является главной целью любой коммерческой организации.

2. Научно-техническая цель. В данном случае понимается такая цель, которая направлена на достижение и совершенствование определенных технологий. Целью в данном случае является снижение затрат, а также повышение производительности труда, которые необходимы для повышения и обеспечения определенного уровня научно-технического развития выпускаемой продукции компании.

3. Производственно-коммерческая цель. В данном случае, понимается, что производство и дальнейшая продажа продукции компании должны быть соизмеренными. Иными словами, производство продукции должно быть именно в тех объемах, которые впоследствии и будут реализованы. Отметим, что данная цель является одной из важнейших, так как превышение объема производства над продажами компании может повлечь за собой множество проблем (от снижения заработной платы сотрудников, до их увольнения).

4. Социальные цели. Данные цели, как правило, направлены на максимальное удовлетворение каждого сотрудника компании, с социальной точки зрения. Безусловно, каждый сотрудник компании, так или иначе, хочет чувствовать себя социально защищенным, он хочет чувствовать стабильность, спокойствие и работать в максимально комфортных условиях [6].

Таким образом, можно сделать вывод, что цели системы управления персоналом в компании, определяют наиболее конкретные потребности сотрудников данной компании, которые, в свою очередь, должны удовлетворять высший менеджмент данной компании. С другой стороны, цели системы управления

персоналом, определяют конкретный характер, а также определенные условия работы, которые предоставляются менеджментом данной компании.

### **Список литературы:**

1. Сорокин А.В., Прокопьев А.В. Управление персоналом: Учебное пособие для студентов всех форм обучения направления подготовки «Менеджмент». Издание 2-е дополненное и исправленное / Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск, 2021. – 68 с.
2. Управление персоналом в России: история и современность: монография / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова, Н.И. Шаталова [и др.]; Под редакцией доктора экономических наук, профессора А.Я. Кибанова. – Москва: Издательский Дом "Инфра-М", 2020. – 240 с.
3. Хазанова, Д.Л. Бизнес-ориентированное управление персоналом: учебное пособие / Д.Л. Хазанова. – Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017. – 101 с.
4. Управление персоналом: учебное пособие / Г.И. Михайлина, Л.В. Матраева, Д.Л. Михайлин, А.В. Беляк; под редакцией Г.И. Михайлиной. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К, 2020. – 280 с.
5. Неуструева, А.С. Разработка обобщенного показателя оценки эффективности системы мотивации персонала / А.С. Неуструева, Ю.В. Петренко, И.Б. Лейзин // Управление устойчивым развитием. – 2019. – № 3(22). – С. 34-38. – EDN SYIBSC.
6. Маслова, В.М. Управление персоналом: учебник и практикум для вузов / В.М. Маслова. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 451 с.

# АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ ФСА-АНАЛИЗА

*Светалкин Евгений Михайлович*

*магистрант,  
ФГБОУ ВО Пензенский государственный университет  
архитектуры и строительства,  
РФ, г. Пенза*

**Аннотация.** Каждое производство, в том числе и производство пищевых продуктов, направлено на максимальную удовлетворенность потребностей потребителя. Поэтому предприятия применяют разные методы, направленные на совершенствование потребительских свойств продукции с учетом затрат на достижение этих свойств. Одним из таких методов является функционально-стоимостной анализ.

**Ключевые слова:** функционально-стоимостной анализ, конкурентоспособность, управление, качество, пищевая продукция.

Пищевая промышленность призвана обеспечивать население различными продуктами питания в объемах и ассортименте, достаточных для формирования правильного и сбалансированного рациона питания.

Пищевая промышленность – среднетехнологичная отрасль, ориентированная в основном на внутренний рынок. В середине текущего десятилетия российская пищевая промышленность оказалась перед долговременным системным вызовом, характер которого определяется усилением глобальной конкуренции, охватывающей рынки не только товаров, но и капиталов, технологий, рабочей силы. Однако сегодняшние качественные характеристики пищевой промышленности не позволяют ей использовать конкурентные преимущества глобализации. Она остается недостаточно диверсифицированной, характеризуется низким уровнем инноваций и эффективности использования ресурсов [1-3].

Повышение качества производимой продукции предприятиями пищевой промышленности расцениваются в современных условиях глобализации эконо-

мики, как решающее условие её конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках. Рост технического уровня и качества выпускаемой продукции является в настоящее время наиболее характерной чертой работы предприятий в промышленно развитых странах.

Функционально-стоимостной анализ - инструмент позволяет оценить реальную стоимость продукта или услуги. Цель ФСА состоит в обеспечении правильного распределения средств, выделяемых на производство [4, 5].

Таким образом, представленные инструменты качества являются эффективными средствами воздействия на уровень качества выпускаемой продукции. Однако, несмотря на то, что данные инструменты могут применяться по отдельности, наибольшую результативность они показывают при комплексном применении. При этом требуется учитывать различную результативность инструментов в зависимости от конкретной ситуации и четко понимать, какой из инструментов будет наиболее подходящим.

Наибольший интерес при проведении анализа конкурентоспособности предприятия вызывает функционально-стоимостной анализ, в связи с этим, рассмотрим особенности использования его элементов при анализе конкурентоспособности ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика», г. Пенза.

В качестве основных критериев были выбраны следующие характеристики (таблица 1):

- 1) Соответствие продукции установленным требованиям;
- 2) Годовой объем выпуска продукции (в тоннах);
- 3) Наличие акций (дегустации, подарок за покупку, снижение цен в праздничные дни, паллетные выкладки, акция примотки, для дистрибьюторов: при покупке 10 кг продукции 1 кг в подарок);
- 4) Наличие ассортимента (выпуск всей продукции предприятия);
- 5) Наличие рекламации (за один год).

Таблица 1.

## Исходные данные для расчета

Наименование предприятия	Наименование характеристики	Значение характеристики
ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	Соответствие продукции установленным требованиям	Соответствует
	Годовой объем выпуска продукции	22 405
	Наличие акций	6
	Ассортимент	160
	Наличие рекламации	0
ООО «Надежда»	Соответствие продукции установленным требованиям	Соответствует
	Годовой объем выпуска продукции	18 325
	Наличие акций	3
	Ассортимент	140
	Наличие рекламации	1
«Бековский пищекомбинат»	Соответствие продукции установленным требованиям	Соответствует
	Годовой объем выпуска продукции	16 804
	Наличие акций	2
	Ассортимент	80
	Наличие рекламации	0

Распределение стоимости:

- 1) 0,5 кг ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика» - 72,87 руб;
- 2) 0,5 кг ООО «Надежда» - 68,53 руб;
- 3) 0,5 кг «Бековский пищекомбинат» - 60,5 руб.

Построим матрицу смежности параметров с целью оценки значимости рассматриваемых критериев. Оценка значимости критериев была проведена методом экспертной квалиметрии (таблица 2).



Таблица 2.

## Значимость характеристик конкурентоспособности предприятия

Параметры	Соответствие продукции установленным требованиям	Годовой объем выпуска продукции	Наличие акций	Ассортимент	Наличие рекламации	$a_i$	$P_{abc_i}$	$P_{otn_i}$
Соответствие продукции установленным требованиям	1,0	1,5	1,5	1,5	1,5	7,0	32,5	0,31
Годовой объем выпуска продукции	0,5	1,0	1,5	0,5	1,5	5,0	21,5	0,2
Наличие скидок	0,5	0,5	1,0	0,5	0,5	3	13,5	0,13
Ассортимент	0,5	0,5	1,5	1,0	1,5	5,0	21,5	0,2
Наличие рекламации	0,5	0,5	1,5	0,5	1,0	4,0	17	0,16

Показатель абсолютного приоритета рассчитывается следующим образом:

Для первого параметра "соответствие продукции установленным требованиям":

$$P_{abc}(1)=1,0 \times 7,0 + 1,5 \times 5,0 + 1,5 \times 3,0 + 1,5 \times 5,0 + 1,5 \times 4,0 = 32,5;$$

Для второго параметра "наличие скидок":

$$P_{abc}(2)=0,5 \times 7,0 + 1,0 \times 5,0 + 1,5 \times 3,0 + 0,5 \times 5,0 + 1,5 \times 4,0 = 21,5;$$

Для третьего параметра "наличие скидок ":

$$P_{abc}(3)=0,5 \times 7,0 + 0,5 \times 5,0 + 1,0 \times 3,0 + 0,5 \times 5,0 + 0,5 \times 4,0 = 13,5;$$

Для четвертого параметра "ассортимент":

$$P_{abc}(4)=0,5 \times 7,0 + 0,5 \times 5,0 + 1,5 \times 3,0 + 1,0 \times 5,0 + 1,5 \times 6,0 = 21,5;$$

Для пятого параметра "наличие акций":

$$P_{abc}(5)=0,5 \times 7,0 + 0,5 \times 5,0 + 1,5 \times 3,0 + 0,5 \times 5,0 + 1,0 \times 4,0 = 17,0.$$

Показатель относительного приоритета рассчитывается по формуле 1 [6]:

$$P_{отнi} = \frac{P_{абсi}}{\sum_1^n P_{абсi}} \quad (1)$$

Сравним предприятия-конкуренты по каждому из пяти рассматриваемых параметров, представленных в таблице 1. Результаты проведенного анализа представлены в таблице 3.

**Таблица 3.**

**Результаты анализа предприятий по критериям оценки**

Параметры	ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	ООО «Надежда»	«Бековский пищекомбинат»	$a_i$	$R_{абсi}$	$R_{отнi}$
<b>Критерий «соответствие продукции установленным требованиям»</b>						
ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	1,0	1,0	1,0	3,0	9,0	0,33
ООО «Надежда»	1,0	1,0	1,0	3,0	9,0	0,33
«Бековский пищекомбинат»	1,0	1,0	1,0	3,0	9,0	0,33
<b>Критерий «годовой объем выпуска»</b>						
ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	1,0	1,5	1,5	4,0	11,5	0,46
ООО «Надежда»	0,5	1,0	1,5	3,0	8,0	0,32
«Бековский пищекомбинат»	0,5	0,5	1,0	2,0	5,5	0,22
<b>Критерий «наличие акций»</b>						
ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	1,0	1,5	1,5	4,0	11,5	0,46
ООО «Надежда»	0,5	1,0	1,5	3,0	8,0	0,32
«Бековский пищекомбинат»	0,5	0,5	1,0	2,0	5,5	0,32
<b>Критерий «ассортимент»</b>						
ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	1,0	1,5	1,5	4,0	11,5	0,46
ООО «Надежда»	0,5	1,0	1,5	3,0	8,0	0,32
«Бековский пищекомбинат»	0,5	0,5	1,0	2,0	5,5	0,22

Продолжение таблицы 3.

Критерий «наличие рекламаций»						
ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	1,0	1,5	1,0	3,5	11,5	0,35
ООО «Надежда»	0,5	1,0	1,5	3,0	10,0	0,3
«Бековский пищекомбинат»	1,0	1,5	1,0	3,5	11,5	0,35

На заключительном этапе произведем расчет показателя комплексного приоритета (таблица 4).

**Таблица 4.**

**Результаты расчета показателя комплексного приоритета**

Наименование предприятия	Наименование критерия оценки					Итого
	Соответствие продукции установленным требованиям	Годовой объем выпуска продукции	Наличие акций	Ассортимент	Наличие рекламации	
ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	0,33	0,46	0,46	0,46	0,35	
ООО «Надежда»	0,33	0,32	0,32	0,32	0,3	
Бековский пищекомбинат	0,33	0,22	0,22	0,22	0,35	
Значимость критерия	0,31	0,2	0,13	0,2	0,16	
Комплексный приоритет ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»	0,1023	0,092	0,0598	0,092	0,056	0,4021
Комплексный приоритет ООО «Надежда»	0,1023	0,064	0,0416	0,064	0,048	0,3199
Комплексный приоритет Бековский пищекомбинат	0,1023	0,044	0,0286	0,044	0,056	0,2749

Таким образом, для данного потребителя при названных условиях наиболее предпочтительным является предприятие ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика».

Комплексный приоритет в пересчете на единицу стоимости выпускаемой продукции для всех рассматриваемых предприятий составляет:

1) ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика»:  $0,4021/72,87=0,0055$ ;

2) ООО «Надежда»:  $0,3199/68,53=0,0047$ ;

3) Бековский пищекомбинат:  $0,2749/60,5=0,0045$ .

При пересчете приоритета на единицу стоимости выпускаемой продукции установившийся порядок предпочтения не меняется.

### Список литературы:

1. Бекетова О.Н. Современные тенденции развития пищевой промышленности РФ: национальный и региональный аспекты // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал - 2016. - №4 (48). – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://eee-region.ru/article/4806/>
2. Андреев А.В. Эффективность и результативность пищевой промышленности России//Вестник Саратовского госагроуниверситета им. Н.И. Вавилова. - 2010. - № 9.
3. Сергеев А.А., Сергеева Е.А. Проблемы и пути повышения конкурентоспособности пищевой промышленности // Экономический анализ: теория и практика. - 2010. - №28. - С. 18-22.
4. Дёгтева В.С. Методология функционально-стоимостного анализа // Инновационная наука. - 2016. - №5-1 (17). - С. 56-59.
5. Гордашникова О.Ю. Функционально-стоимостной анализ качества продукции и управления маркетингом на предприятии. – М.: Издательство «Альфа-Пресс». - 2006. – 88 с.
6. К вопросу применения функционально-стоимостного анализа // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по материалам II студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. – М.: «МЦНО». – 2013 –№ 2 / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF\\_social/2\(2\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/2(2).pdf)

## СЕКЦИЯ 2.

### ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

#### НЕЗАКОННОЕ ПРОИЗВОДСТВО, СБЫТ И ПЕРЕСЫЛКА НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ, ПСИХОТРОПНЫХ ВЕЩЕСТВ ИЛИ ИХ АНАЛОГОВ: УГОЛОВНО-ПРАВОВОЙ И КРИМИНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

*Антонова Елизавета Алексеевна*

*студент,*

*Негосударственное образовательное частное учреждение*

*высшего образования «московский финансово-промышленный  
университет «Синергия»,*

*РФ, г. Москва*

**Аннотация.** В статье рассматриваются уголовно-правовой и криминологический аспекты незаконного производства, сбыта и пересылки наркотических средств, психотропных веществ или их аналогов. Обсуждаются меры борьбы с наркоторговлей, включая уголовно-правовые нормы, криминологические исследования, международное сотрудничество, профилактику и научные исследования. Подчеркивается необходимость комплексного подхода для эффективной борьбы с этой серьезной угрозой для общества.

**Ключевые слова:** наркоторговля, уголовно-правовой аспект, криминологический аспект, преступность, международное сотрудничество, профилактика, научные исследования.

Незаконное производство, сбыт и пересылка наркотических средств, психотропных веществ или их аналогов представляют серьезную угрозу для общества и здоровья граждан. Эта проблема актуальна во многих странах и требует комплексного подхода со стороны правоохранительных органов, законодателей и научного сообщества. В данной статье мы рассмотрим уголовно-правовой и криминологический аспекты незаконного оборота наркотиков.

Во-первых, необходимо отметить, что незаконное производство, сбыт и пересылка наркотиков являются уголовно наказуемыми деяниями по законодательству большинства стран. Уголовные кодексы предусматривают строгие наказания для лиц, занимающихся незаконным оборотом наркотиков, в целях предотвращения распространения этой опасной практики. Принятие жестких мер по борьбе с наркоторговлей является необходимым шагом для обеспечения безопасности общества.

Кроме того, криминологический аспект незаконного оборота наркотиков требует особого внимания. Изучение причин возникновения преступлений в этой сфере, характеристики преступников, методов их деятельности позволяет разрабатывать эффективные стратегии борьбы с наркоторговлей. Важно понимать, что за незаконным оборотом наркотиков стоят не только отдельные преступники, но и целые преступные группировки, которые используют различные способы для увеличения своей прибыли.

Для эффективной борьбы с незаконным оборотом наркотиков необходимо сочетать уголовно-правовые меры с профилактической работой, информационными кампаниями и социальной поддержкой для лиц, страдающих зависимостью от наркотиков. Только комплексный подход позволит добиться значимых результатов в противодействии наркоторговле и защите общества от этой опасной угрозы.

Для более эффективной борьбы с незаконным оборотом наркотиков необходимо также учитывать международное измерение этой проблемы. Наркоторговля является транснациональным явлением, и ее борьба требует сотрудничества между различными странами. Международные организации, такие как ООН и Интерпол, играют важную роль в координации усилий по борьбе с наркоторговлей, обмену информацией и разработке международных стандартов.

Важным аспектом в борьбе с наркоторговлей является также профилактика потребления наркотиков среди населения. Образовательные программы, информационные кампании о вреде наркотиков, доступ к лечению для лиц, страдающих

зависимостью, играют важную роль в предотвращении распространения наркотиков и снижении спроса на них.

Кроме того, важно развивать научные исследования в области наркотиков и зависимости, чтобы лучше понимать механизмы действия наркотиков на организм человека, разрабатывать новые методы лечения и профилактики. Научные данные позволяют улучшить подход к проблеме наркотиков и повысить эффективность мер по их контролю.

В целом, борьба с незаконным оборотом наркотиков требует комплексного подхода, включающего уголовно-правовые меры, криминологические исследования, международное сотрудничество, профилактику и научные исследования. Только совместные усилия всех заинтересованных сторон позволят добиться значительных результатов в борьбе с этой серьезной угрозой для общества.

Таким образом, уголовно-правовой и криминологический аспекты незаконного производства, сбыта и пересылки наркотических средств являются ключевыми при разработке стратегий по борьбе с этим явлением. Необходимо продолжать исследования в этой области, чтобы эффективно противостоять наркоторговле и обеспечить безопасность и благополучие общества.

### **Список литературы:**

1. Всемирный доклад о наркотиках [Электронный ресурс] // Официальный сайт Организации Объединенных Наций. Режим доступа: <http://www.un.org/ru/development/surveys/drugs.shtml>.

## **ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ К СУБСИДИАРНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОНТРОЛИРУЮЩИХ ДОЛЖНИКА ЛИЦ**

***Бородовицына Ксения Сергеевна***

*студент,*

*ФГБОУ ВО Российская академия народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте РФ,*

*Липецкий филиал,*

*РФ, г. Липецк*

***Дегоева Олеся Алексеевна***

*научный руководитель,*

*старший преподаватель,*

*ФГБОУ ВО Российская академия народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте РФ,*

*Липецкий филиал,*

*РФ, г. Липецк*

Привлечение к субсидиарной ответственности контролирующих должника лиц (далее – КДЛ) является относительно новым понятием в Федеральном законе от 26 октября 2002 г. № 127 «О несостоятельности (банкротстве)» (далее – ЗоБ), которое было введено Федеральным законом от 29 июля 2017 г. № 266.

Целью введения главы III.2. в ЗоБ является восстановление нарушенных прав и законных интересов кредиторов в процессе банкротства, поскольку КДЛ осуществляет фактическое управление за действиями должника, что указывается в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 21.12.2017 № 53 «О некоторых вопросах, связанных с привлечением контролирующих должника лиц, связанных к ответственности при банкротстве» (далее – ПП ВС РФ № 53) [2].

Согласно статистической бюллетени Федресурса по банкротству по итогам 2023 года, подготовленный на основе сведений из сообщений и отчетов арбитражных управляющих, статистика по подаче заявлений о субсидиарной ответственности и актов о привлечении за 2020 год составляет 6635 (удовлетворено 39%), за 2021 г – 6835 (удовлетворено 46%), за 2022 г – 7259 (удовлетворено 47%), за январь-июнь 2022 г – 3529 (удовлетворено 46%), за 2023 г – 6494 (удовлетворено 51%). [5]



В судебной практике чаще всего возникает вопрос – является ли лицо, привлекаемое к субсидиарной ответственности, контролирующим и как определить степень контроля КДЛ над должником?

Статья 61.10 ЗоБ обозначила признаки для определения статуса КДЛ: 1) это физическое или юридическое лицо; 2) имеет право давать обязательные для исполнения должником указания; 3) определяет иные действия должника, в том числе по совершению сделок и определению их условий. [1]

Стоит отметить, что согласно п. 4 ст. 61.10 ЗоБ пока не доказано иное, предполагается, что лицо являлось контролирующим должника лицом, если это лицо: 1) руководитель должника или его управляющей компании; 2) член исполнительного органа должника, т. е. члены правления; 3) ликвидатор должника, член ликвидационной комиссии; 4) имело право самостоятельно либо совместно с заинтересованными лицами распоряжаться пятьюдесятью и более процентами голосующих акций акционерного общества, или более чем половиной долей уставного капитала общества с ограниченной (дополнительной) ответственностью, или более чем половиной голосов в общем собрании участников юридического лица либо имело право назначать (избирать) руководителя должника.

В качестве примера из судебных практик могут служить привлечение главного бухгалтера и бухгалтера – это искажение или непредставление бухгалтерской отчетности и иных документов, которые в обязательном порядке должны вестись и храниться в соответствии с законом.

Также могут привлекаться юристы и иные лица, оказывающие юридические услуги должнику, решением которых принимались основные направления по ведению деятельности должника, изменение экономической и юридической ситуации в организации и так далее.

Данные лица не могут автоматически считаться КДЛ, как указано в п. 4 ст. 61.10 ЗоБ, но могут признаваться КДЛ на общих основаниях, предусмотренные ЗоБ, о чем говорится в ПП ВС РФ № 53, то есть, суд должен установить степень влияния на должника, взаимосвязь между действиями или бездействиями

конкретных лиц, их добросовестность и наступившим объективным банкротством.

Хотелось бы затронуть неоднозначную тему о привлечении к субсидиарной ответственности несовершеннолетних детей должников.

В качестве примера может послужить резонансное дело, рассмотренное 23 декабря 2019 года в Верховном Суде РФ (далее – ВС РФ) по делу № А40-131425/2016 о привлечении детей: Д1 - 11.09.2002 года рождения и Д2 – 25.08.1997. После вынесения судами первой, апелляционной и кассационной инстанций определения и постановлений соответственно Федеральная налоговая служба (далее – ФНС) в кассационной жалобе просила ВС РФ отменить вынесенные акты и привлечь несовершеннолетних детей.

ФНС указала, что должники безвозмездно передали свое ценное имущество своим детям в декабре 2017 года. Но судебная коллегия согласилась с выводами судов, что нет достаточных оснований считать несовершеннолетних Д1 и Д2 контролирующими должника лицами и ответственными за банкротство общества. К тому же презумпция контролирующего выгодоприобретателя, указанная в п. 4 ст. 61.10 ЗоБ не применяется к несовершеннолетним детям «в силу объективных особенностей отношений несовершеннолетних детей и их родителей, которым обычно присущи, с одной стороны, стремление родителей оградить детей от негативной информации, с другой стороны, повышенный уровень доверия детей к своим родителям. Вместе с тем изложенное не исключает возможность использования родителями личности детей в качестве инструмента для сокрытия принадлежащего родителям имущества от обращения на него взыскания по требованиям кредиторов о возмещении вреда, причиненного родителями данным кредиторам. В частности, родители могут оформить переход права собственности на имущество к детям лишь для вида, без намерения создать соответствующие правовые последствия, совершив тем самым мнимую сделку».

В конце определения ВС РФ уточнил, что вред может быть нанесен также «умышленными действиями, направленными на создание невозможности получения кредиторами полного исполнения за счет имущества контролирующих

лиц, виновных в банкротстве должника, в том числе путем приобретения их имущества родственниками по действительным безвозмездным сделкам, не являющимся мнимыми, о вредоносной цели которых не мог не знать приобретатель». [3]

Таким образом, ВС РФ направил дело на новое рассмотрение, чтобы суды пересмотрели «возможность привлечения к ответственности Д1 и Д2 за умышленные действия, направленные на создание невозможности получения кредиторами исполнения за счет имущества В и К., исследовав и оценив доказательства, представленные кредиторами и их процессуальными оппонентам».

Проанализируем еще одно дело в отношении благотворительных организаций.

ВС РФ от 28 сентября 2023 г. было рассмотрено дело № А40-291982/2019 о перечислении компанией 11.10.2018 года благотворительному фонду денежной суммы (активов) в размере 70 000 000 рублей по договору, поименованному договором займа с подписанием дополнительного соглашения. В соответствии с ним, компания выражала отсутствие «требований к фонду о возврате переданной суммы и об уплате начисленных на данную сумму процентов за исключением случаев ее использования не в благотворительных целях». Дело о банкротстве компании наступило 12.11.2019 г. Суды утверждали, что «одним из учредителей благотворительного фонда выступило ООО, являющееся аффилированным лицом по отношению к производственной компании. Исходя из этого судами сделан вывод об аффилированности благотворительного фонда и производственной компании» [4].

В своем определении ВС РФ уточнил, что «Судами не были установлены обстоятельства, которые бы прямо либо косвенно свидетельствовали об использовании благотворительного фонда не в соответствии с его предназначением, например, для вывода активов, отмывания, обналичивания денежных средств под видом бескорыстной общепольной деятельности. С учетом изложенного, следует признать, что денежные средства были получены благотворительным

фондом в виде пожертвования», а также пожертвование не предусматривает каких-либо встречных требований.

Для того, чтобы признать сделку недействительной, важно установить ряд обстоятельств: «совершение сделки с целью причинения вреда имущественным правам кредиторов должника; факт причинения такого вреда; другая сторона сделки знала или должна была знать об указанной цели в момент совершения сделки». В п. 2 ст. 61.2 ЗоБ закреплено предположение о том, что контрагент должен был быть осведомлен о цели сделки, направленной на причинение вреда. Суды не учли, что благотворительный фонд, являющийся унитарной организацией, не имеет членства, поэтому его заинтересованность в отношении рассматриваемой по данному делу компании не могла быть установлена через одного из учредителей фонда, «который единовластно не формировал высший коллегиальный орган фонда, не участвовал в выборах единоличного исполнительного органа фонда (директора) или его надзорного органа (попечительского совета), не имел полномочий по даче этим органам обязательных для исполнения указаний и фактически таких указаний не давал»

С этой точки зрения права кредиторов ущемляются, поскольку должник жертвует имуществом в благотворительные фонды, когда на нем лежит обязательство по удовлетворению требований кредиторов. С другой стороны, п. 1 ст. 61.2 ЗоБ не планируется к пересмотру и суды могут обжаловать пожертвование только в соответствии с п. 2 ст. 61.2 ЗоБ. Как итог - нет судебной практики, которая бы смогла с точностью разграничить добросовестное пожертвование от попытки избежать ответственности перед кредиторами.

Таким образом, вопрос о поиске и привлечении контролирующих должника лиц к субсидиарной ответственности может стать непростой задачей, нуждающейся в дальнейших правовых корректировках законодателем.

### **Список литературы:**

1. О несостоятельности (банкротстве): федер. закон от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ (ред. от 25 декабря 2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 5 января 2024) // Собрание законодательства РФ. 2002. № 43. ст. 4130.

2. О некоторых вопросах, связанных с привлечением контролирующих должника лиц к ответственности при банкротстве: Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 21 декабря 2017 года № 53 // Российская газета. 2017. № 297.
3. Определение Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации от 23.12.2019 № 305-ЭС19-13326 по делу № А40-131425/2016 // Текст электронный // Судебные и нормативные акты: - URL: <https://legalacts.ru>. (дата обращения: 17.02.2024).
4. Определение Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации 28.09.2023 № 305-ЭС21-18053 (6, 8) по делу № А40-291982/2019 // Текст электронный // Судебные и нормативные акты: - URL: <https://legalacts.ru>. (дата обращения: 17.02.2024).
5. Банкротство в России: статистические показатели за 2023 год. [Электронный ресурс]. – URL: <https://fedresurs.ru/news/24f5de15-1c42-470f-aa2c-13919c026cse> (дата обращения 18.02.2024).

## ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ УЧАСТИЯ ГОСУДАРСТВА В КОРПОРАТИВНЫХ ПРАВООТНОШЕНИЯХ

***Почтовый Владимир Сергеевич***

*магистрант,*

*ЧОУ ВО Московский университет им. С.Ю. Витте,*

*РФ, г. Москва*

***Гусева Наталья Николаевна***

*научный руководитель,*

*ЧОУ ВО Московский университет им. С.Ю. Витте,*

*РФ, г. Москва*

Трансформация государственного сектора Российской Федерации из-за введения СВО, и внедрения множества санкций против России подразумевает формирование и реализацию системных мер в финансово-корпоративной политике государства, направленных на совершенствование управления общественными финансами и корпоративными правоотношениями в мировом сообществе. В связи с этим ключевую роль имеет корректировка механизма правового регулирования участия государства в корпоративных правоотношениях и финансового обеспечения корпораций, которые осуществляют расход бюджетных средств. Однако в финансовой политике, нормативно-правовых документах и целевых программах наблюдаются существенные противоречия, которые приводят к возникновению проблем и институциональных барьеров при функционировании государственных корпораций как субъектов финансово-экономической деятельности.

Участие государства в корпоративных правоотношениях является объективной необходимостью рыночной экономики. Оно осуществляется посредством владения акциями компаний и выражает экономические и социальные функции государства, которые закреплены в Конституции Российской Федерации. Государство, так же как и другие участники корпоративного права, может участвовать как непосредственно, так и косвенно. Акционерное общество является наиболее оптимальной организационно-правовой формой для управления государством [2].

Отсутствие единого законодательства, регулирующего цели, задачи, основы управления государственной собственностью, а также порядок и механизм участия государства в корпоративных правоотношениях, стало причиной регулирования данной деятельности при помощи президентских поручений и действий правительства Российской Федерации.

Актуальность проблемы исполнения государственных и общественных интересов становится очевидной еще на стадии определения степени участия государства в экономической деятельности субъекта. В данном случае государство вправе выбирать разные формы такого участия - как прямое, так и опосредованное.

Основную роль в этом процессе играет прямое участие государства в корпоративных отношениях, которое реализуется через приобретение прав собственности на акции и доли участия в предприятиях. Также применяется специальное право участия государства в управлении акционерным обществом, известное как «золотая акция».

Причины государственного регулирования включают несовершенство, недостатки, провалы и ограниченные возможности рыночной экономики. Важно отметить, что Российская Федерация является публично-правовым образованием, которое отличается от других субъектов корпоративных правоотношений. Она действует в интересах всего общества и исполняет стратегически важные и социальные функции, что определяет цели государственного участия в корпоративных правоотношениях.

Современный этап развития правового регулирования участия государства в корпоративных правоотношениях, обусловлен необходимостью поиска новых методов управленческой деятельности, учитывающих динамику общественно-политических и социально-экономических процессов в России.

Несмотря на столь высокую значимость участия государства в корпоративных отношениях, а также на значительную долю государства в российской экономике, до настоящего времени в Российской Федерации отсутствует надлежащее законодательное регулирование участия государства в хозяйственных

обществах. В частности, до настоящего времени так и не принят специальный федеральный закон, регламентирующий отношения по участию государства в корпоративных отношениях.

В этой связи правовое регулирование отношений по участию государства в корпоративных отношениях осуществляется преимущественно даже не нормами корпоративного законодательства, а положениями Федерального закона от 21.12.2001 № 178-ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества» [1] и многочисленных подзаконных нормативных правовых актов, что является неоправданным, поскольку это не учитывает специфику правового статуса государства как участника корпоративных отношений. В специальных законах корпоративного законодательства (Закон об АО и Закон об ООО) содержится всего несколько норм, посвященных регулированию указанных отношений.

Полагаем, что правовые нормы, регулирующие специфику правового статуса государства как субъекта гражданско-правовых отношений по участию в хозяйственных обществах, должны содержаться в федеральном законе. Наличие таких норм в подзаконных актах является недопустимым и противоречит изложенным в п. 2 ст. 124 ГК РФ требованиям о том, что особенности правового статуса государства в гражданских правоотношениях могут быть установлены только законом.

### **Список литературы:**

1. Федеральный закон от 21.12.2001 № 178-ФЗ (ред. от 14.02.2024) «О приватизации государственного и муниципального имущества» // Собрание законодательства Российской Федерации, 28.01.2002, № 4, ст. 251.
2. Слесарев В.Л., Кравец В.Д. Отношения участия и управления в системе корпоративных отношений // Актуальные проблемы российского права. 2022. № 9. С. 125 - 135.



## КОНСТИТУЦИОННЫЕ ПРАВА И СВОБОДЫ ГРАЖДАН РОССИИ

*Тихонова Елена Егоровна*

*магистрант,*

*кафедра публично-правовые науки,*

*ОЧУВО Международный инновационный университет,*

*РФ, г. Красноярск*

Конституционные гарантии на сегодняшний день, обладают принципиальной значимостью для различных субъектов, тесно связаны с базовыми правами и законными интересами, правами и свободами, а также затрагивает весьма многие отрасли законодательства.

Социальная функция государства является чрезвычайно важной и фактически следует из положения целого ряда статей Конституции РФ. Так, в соответствии с ч. 1 ст. 7 Конституции РФ, Российская Федерация является социальным государством, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека [1]. На основании данного принципа, создается целая система гарантий – в семейной сфере, охране материнства и детства, поддержке инвалидов и пенсионном обеспечении, реализации трудовых и жилищных прав, медицинской помощи и многое другое.

В главе 2 Конституции РФ, обозначены права и свободы человека и гражданина. Различаются экономические права, политические права и др. От их соблюдения и дальнейшего законодательного закрепления, зависит качественное формирование базовых норм, позволяющих на уровне иных законов и подзаконных актов реализовать далее важнейшие гарантии прав и свобод.

Следует принимать во внимание, что система конституционных гарантий позволяет обеспечить интересы наряду с частными, публичные интересы. Периодические экономические кризисы, низкий уровень жизни населения, позволяют говорить о необходимости комплексного подхода со стороны государства к реализации конституционных гарантий прав и свобод человека и гражданина, их обеспечению [2].

Особенности конституционных гарантий прав и свобод человека связаны с положениями Конституции РФ, где установлены базовые положения. Так, в соответствии со ст. 17:

- в РФ признаются и гарантируются права и свободы человека и гражданина согласно общепризнанным принципам и нормам международного права и в соответствии с Конституцией;
- основные права и свободы человека неотчуждаемы и принадлежат каждому от рождения;
- осуществление прав и свобод человека и гражданина не должно нарушать права и свободы других лиц [1].

Важно отметить и положение ст. 18 Конституции РФ, где указано, что права и свободы человека и гражданина являются непосредственно действующими. Они определяют смысл, содержание и применение законов, деятельность законодательной и исполнительной власти, местного самоуправления и обеспечиваются правосудием [1].

Конституционные гарантии прав человека находят закрепление и в иных нормативных правовых актах. Очевидно, что рассматривая источники прав человека, следует отметить, что на современном этапе развития РФ, основным источником права является нормативный правовой акт. С его помощью регулируют наиболее важные вопросы общественных отношений с точки зрения личности, ее интересов и потребностей. Иные источники права не имеют столь высокой обще регулятивной ценности.

Основные источники права человека делятся на два вида: международные и внутригосударственные. Применение в отечественном праве базируется на положениях ч. 4 ст. 15 Конституции РФ [1]. Как правило, соглашения по правам человека ориентированы на то, что государства, принявшие на себя международные обязательства, будут универсально применять такие правила.

Важнейшими, базовыми документами международного уровня, выступающими в качестве основных источников прав человека, выступают Всеобщая декларация прав человека, в которой закреплены впервые наиболее важные права.

Кроме того, ее нормы продолжают и конкретизируются по отношению к детям, в Конвенции о правах ребенка. Подавляющее большинство международных соглашений, затрагивающих права человека, обладают бессрочным характером.

Таким образом, рассматривая международно-правовые источники права человека, нельзя не отметить следующее: они направлены на реализацию установленных гарантий. Однако, если рассматривать ситуацию в мире, пока еще затруднительно говорить о равнозначном применении международного законодательства в мире.

В связи с последними событиями и проведением специальной военной операции на Украине, усложнились отношения между государствами, имеет место формирование неоднозначных подходов. Указанные обстоятельства позволяют говорить о том, что значимым и актуальным направлением реализации прав человека представляет международный обычай как источник права человека.

Совокупность характеристик прав человека основана на множестве факторов. Определяет права человека, вне сомнения, закон, на нем основана вся структура источников прав, но, тем не менее, непосредственная реализация права человека зависит от состояния общественного развития и отдельных личностных характеристик.

### **Список литературы:**

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020)  
[https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/)
2. Жадан В.Н. О конституционных правах и свободах человека и гражданина в России, их реализации и защите / В.Н. Жадан // Юридическая наука. 2023. № 2. С. 4-11.

*ДЛЯ ЗАМЕТОК*

**ОБЩЕСТВЕННЫЕ  
И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ.  
СТУДЕНЧЕСКИЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ**

*Электронный сборник статей по материалам LXXII студенческой  
международной научно-практической конференции*

№ 3 (72)  
Март 2024 г.

В авторской редакции

Издательство «МЦНО»  
123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74  
E-mail: [mail@nauchforum.ru](mailto:mail@nauchforum.ru)

16+

