

**Издательский дом «Плутон»**

**Журнал об экономических науках «Бенефициар»**

**ББК Ч 214(2Рос-4Ке)73я431 УДК**

**378.001**

LXIV Международная научная конференция  
«Современная экономика»

**СБОРНИК СТАТЕЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

14 декабря 2020

Кемерово

## СБОРНИК СТАТЕЙ ШЕСТЬДЕСЯТ ЧЕТВЁРТОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ «СОВРЕМЕННАЯ ЭКОНОМИКА»

14 декабря 2020 г.

**ББК** Ч 214(2Рос-4Ке)73я431

ISBN 978-5-8807999-7-1

Кемерово УДК 378.001. Сборник докладов студентов, аспирантов и профессорско-преподавательского состава. По результатам LXIV Международной научной конференции «Современная экономика», 14 декабря 2020 г. [www.idpluton.ru](http://www.idpluton.ru) / Редкол.:

П.И. Никитин - главный редактор, ответственный за выпуск.

Д.С. Лежнин - главный специалист центра кластерного развития ОАО «Кузбасский технопарк», ответственный за первичную модерацию, редактирование и рецензирование статей.

Л.Г. Шутько - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики КузГТУ, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Л. Л. Самородова - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики КузГТУ, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Е. Ю. Доценко - кандидат экономических наук, доцент кафедры политической экономии и истории экономической науки, Москва, Российский экономический университетим. Г. В. Плеханова, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

Долбня Николай Владимирович - доктор экономических наук, профессор ВАК, профессор Кубанского социально-экономического института.

Джумабеков Кудайберген Уразбаевич - кандидат экономических наук, доцент кафедры "Технологии и экология" Школы права и социальных наук АО "Университет "НАРХОЗ";

Арутюнян Ирэна Вазгеновна - кандидат технических наук, доцент, зав. кафедрой экономики, управления и информационных технологий, Университет Месроп Маштоц

Полесская Ольга Петровна - кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления, Брянский Государственный университет имени академика И.Г. Петровского (БГУ)

Садыралиев Жандаралы - кандидат экономических наук, и.о. доцента, Джалал-Абадский государственный университет.

А.О. Сергеева - ответственный администратор[и др.];

В сборнике представлены материалы докладов по результатам научной конференции.

Цель – привлечение студентов к научной деятельности, формирование навыков выполнения научно-исследовательских работ, развитие инициативы в учебе и будущей деятельности в условиях рыночной экономики.

Для студентов, молодых ученых и преподавателей вузов.

Издательский дом «Плутон» [www.idpluton.ru](http://www.idpluton.ru) e-mail:admin@idpluton.ru

Подписано в печать 14.12.2020 г.

Формат 14,8×21 1/4. | Усл. печ. л. 4.2. | Тираж 500.

Все статьи проходят рецензирование (экспертную оценку).

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.

Авторы статей несут полную ответственность за содержание статей и за сам факт их публикации.

Редакция не несет ответственности перед авторами и/или третьими лицами и организациями за возможный ущерб, вызванный публикацией статьи.

При использовании и заимствовании материалов ссылка обязательна

## Оглавление

1. ЭВОЛЮЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ ИЛИ РЕВОЛЮЦИОННЫЙ ПРОРЫВ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....3  
**Нуралиева М.**
2. НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ: ОСНОВНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....7  
**Холмуминов З.А.**
3. ВЫБОР МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....11  
**Резаева А.А.**
4. РАЗВИТИЕ ЕДИНОЙ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ СТРАН СОДРУЖЕСТВА НЕЗАВИСИМЫХ ГОСУДАРСТВ.....13  
**Синкевич (Ольховик) И.В.**

**Нуралиева Мукаддас****Nuralieva Mukaddas**

преподаватель кафедры «Экономика», ТФИ

УДК 339

**ЭВОЛЮЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ ИЛИ РЕВОЛЮЦИОННЫЙ ПРОРЫВ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ****EVOLUTIONARY DEVELOPMENT OF ELECTRONIC COMMERCE OR REVOLUTIONARY BREAKTHROUGH OF NEW TECHNOLOGIES**

**Аннотация.** В статье рассматривается эволюция взглядов экономистов на понятие “электронной коммерции” и как менялись представления об этой категории в экономической литературе. Само понятие достаточно новое и до сих пор нет односложного и универсального понятия, каждый автор предвнес частичку своего понимания в раскрытии понятия.

**Annotation.** The article examines the evolution of economists' views on the concept of "e-commerce" and how ideas about this category have changed in the economic literature. The concept itself is quite new and there is still no monosyllabic and universal concept, each author has introduced a piece of his understanding in the definition of the concept.

**Ключевые слова:** электронная коммерция, электронная торговля, цифровизация бизнеса, снижение затрат, мобильные устройства.

**Key words:** e-commerce, e-commerce, business digitalization, cost reduction, mobile devices.

«Цифровая экономика» объявлена в Республике Узбекистан в 2020 году основным приоритетом развития. В своем послании Олий Мажлису от 25 января 2020 года Президент Республики Узбекистан говорит о необходимости цифровизации экономики: «Широкое внедрение цифровых технологий способствует эффективности государственного и общественного управления, развитию социальной сферы, одним словом, кардинальному улучшению жизни людей»<sup>1</sup>.

Однако понятие электронная коммерция интерпретируется в научной литературе по-разному. Каждый автор по своему вносит свои характерные особенности понятиям электронная коммерция и электронная торговля. Особенностью современных определений является попытка объединить вместе несколько разрозненных представлений об электронной коммерции. На самом деле являясь относительно новой категорией электронная коммерция вбирает в себя два понятия-во-первых коммерция, с ее традиционным укладом, и, с другой стороны-электронная, что подразумевает наличие каких-то гаджетов, электронных устройств, через которые коммерция и осуществляется.

Четкое разграничение понятий наблюдается в исследовании Д. Страусса и Р. Фроста, которые считают электронную коммерцию частью электронного бизнеса. По их мнению, электронный бизнес представляет собой комбинацию следующих элементов<sup>2</sup>:

$EB = EC + BI + CRM + SCM + ERP$ ,

где EB (Electronic Business) – электронный бизнес;

EC (Electronic Commerce) – электронная коммерция;

BI (Business Intelligence) – коммерческая осведомленность предприятия, бизнес-аналитика;

CRM (Customer Relationships Management) – управление взаимоотношениями с потребителями;

SCM (Supply Channel Management) – управление цепями поставок;

ERP (Enterprise Resource Planning) – планирование ресурсов предприятия.

**Определения понятий «электронная коммерция», «электронная торговля»,**

<sup>1</sup> Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису от 25.01.2020

<sup>2</sup> Strauss, J. and. E-marketing / J. Strauss, R. Frost. - Upper Saddle River: Prentice-Hall, 2001. – 519 p.

«электронный бизнес», содержащихся в различных источниках<sup>3</sup>:

№	Рекомендуемое определение понятий	Автор(ы)	Источник
	«Под «электронной коммерцией» понимают все формы сделок, связанные с коммерческой деятельностью организаций и физических лиц, которые основаны на обработке и передаче цифровой информации, включая тексты, звуки и визуальные данные»	UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development (ранее United Nations Committee on Trade and Development) Building Confidence Electronic Commerce and Development. UNCTAD, 2000, p. 14
	Определение электронной коммерции, данное в документах UNCITRAL, представляет собой перечисление различных видов сделок, осуществляемых через Интернет и другие электронные средства коммуникаций.	Комиссия ООН по международному торговому праву UNCITRAL	<a href="http://www.uncitral.org/">http://www.uncitral.org/</a> Типовой закон UNCITRAL об электронной торговле, утвержденный резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН JVb51/162 от 16.12.1996
	Электронная коммерция - это любая форма бизнес-процесса, в котором взаимодействие между субъектами происходит электронным образом (с использованием Интернет-технологий) Электронная торговля – процесс покупки/продажи товаров или услуг, в котором весь цикл коммерческой транзакции или ее часть осуществляется электронным образом	Slimmer A. Dunkan Gr.	Summer A. Dunkan Gr. E-соттегсе.коммерция. Маркетинг: Пятая Волна. М., 1999
	Электронная торговля - процесс покупки/продажи товаров или услуг, в котором весь цикл коммерческой транзакции или ее часть осуществляется электронным образом	Slimmer A. Dunkan Gr.	Summer A. Dunkan Gr. E-соттегсе.коммерция. Маркетинг: Пятая Волна. М., 1999
	Электронная коммерция представляет собой любой процесс, который деловая организация производит посредством сети, связанных между собой компьютеров	Л. Новомлинский	<a href="http://www.int.kiev.ua/citforum/im99/im99a/3_2_novomlinsky.shtml">Http://www.int.kiev.ua/citforum/im99/im99a/3_2_novomlinsky.shtml</a>
	Электронная коммерция - это ведение бизнеса в Интернет и посредством Интернет То, что сегодня у нас называют «электронной торговлей» - это не что иное, как «бизнес в Интернет»	В.Горобец	Бизнес в Интернет: без иллюзий. <a href="http://www.ecommerce.com.ua">Http://www.ecommerce.com.ua</a>
	Электронная коммерция - это	В.М.Попов,	Глобальный бизнес и

<sup>3</sup> Составлено автором

	обмен товарами и услугами на базе существующих связей с помощью электронных средств коммуникации между партнерами по бизнесу	Р.А.Маршавин, С.И.Ляпунов	информационные технологии. Современная практика и рекомендации/ В.М.Попов, Р.А.Маршавин, С.И.Ляпунов; Под ред. В.М.Попова.—М.: Финансы и статистика, 2001.—272 с.
	То, что сегодня у нас называют электронной торговлей - это не что иное, как «бизнес в Интернет»	В.Горобец	Бизнес в Интернет: без иллюзий. <a href="http://www.ecommerce.com.ua">Http://www.ecommerce.com.ua</a>
	Электронная коммерция - это предпринимательская деятельность, включающая передачу заказов на товары или денежные средства через Интернет	В.Пьянченкова	Бизнес в Интернет: без иллюзий. <a href="http://www.ecommerce.com.ua">Http://www.ecommerce.com.ua</a>
	Система электронной коммерции - это приложение информационных технологий, в задачи которых входят поддержка бизнес-процессов и предложение товаров и услуг	А.Kambil	<a href="http://www.allee.com/ecomtrce99.htm">Http://www.allee.com/ecomtrce99.htm</a> ГМир Интернет) Информационные технологии и бизнес
	Электронная коммерция - это один из элементов электронного бизнеса; она связана с выполнением функций маркетинга, включая продажу товаров и услуг потребителю через Интернет	Компания Price Waterhouse Coopers	<a href="http://www.infoart.ru/it/press/cwm/36_97/busin.htm">www.infoart.ru/it/press/cwm/36_97/busin.htm</a> Модус J>>fo97, 30.09.99
	Под электронной коммерцией понимается форма поставки продукции, при которой выбор и заказ товаров осуществляется через компьютерные сети, а взаимодействие между поставщиком и потребителем — с использованием электронных документов и/или средств платежа	Д.Д.Гаева	Интернет-технологии как маркетинговый инструмент зарубежных компаний.— М.:МАКС Пресс, 2003.—112 с.

Из приведенных выше цитат можно проследить полемику авторов об электронной коммерции.

Электронная коммерция—категория, которая не имеет четкого определения. Категория электронной торговли не статична, она находится в динамике .Она будет развиваться ,в нее будут вноситься дополнения и этот процесс ничем не ограничен, как не ограничено ничем развитие науки техники .Развитие науки и техники, распространение новых электронных средств в дальнейшем

может внести такие изменения, которые полностью изменят представления об электронной коммерции в целом. Электронная коммерция имеет двойственный характер. С одной стороны это деятельность всех коммерческих структур при помощи электронных средств связи, а с другой - это целая сфера экономики в которой осуществляются все коммерческие операции при помощи электронных средств связи.

Значение электронной коммерции состоит в том, что она является одной из важнейших технологий современности, обеспечивающих высокие темпы роста экономики страны. Для современного бизнеса электронная коммерция решает очень важную задачу по повышению конкурентоспособности компаний, т.к. позволяет использовать достижения научно-технического прогресса в области информационно-коммуникационных технологий, тем самым обеспечивает возможность хозяйствующим субъектам быстро и без посредников находить коммерческого партнера с минимальными издержками.

**Библиографический список:**

1. Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису от 25.01.2020
2. Strauss, J. and. E-marketing / J. Strauss, R. Frost. - Upper Saddle River: Prentice-Hall, 2001. – 519 p.
3. Старкова Н.О., Рзун И.Г., Старков И.С. Информационные ресурсы и интеллектуальные активы современного предприятия // Экономика и предпринимательство. 2014. № 9 (50).

**Холмунинов Зиядулла Амирович**  
научный соискатель Ташкентского Финансового института  
**Kholmuminov Ziyadulla Amirovich**  
scientific applicant of the Tashkent Financial Institute

УДК 336.22

## **НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ: ОСНОВНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

### **TAX INCENTIVES FOR ENTREPRENEURS: KEY CHANGES AND PROSPECTS**

**Аннотация:** В статье рассматриваются вопросы налогового стимулирования предпринимателей, проанализированы льготы и преференции, а также порядок взимания налогов с предпринимательской деятельности в Узбекистане.

**Abstract:** The article discusses the issues of tax incentives for entrepreneurs, analyzes benefits and preferences, as well as the procedure for levying taxes on entrepreneurial activities in Uzbekistan.

**Ключевые слова:** налоговая политика, налоговая нагрузка, налоговое законодательство, налоговый режим, налоговые льготы и преференции.

**Key words:** tax policy, tax burden, tax legislation, tax regime, tax incentives and preferences.

In the development of the economy of the Republic of Uzbekistan and in stimulating investment activity, private entrepreneurship is of great importance, since it is the subjects of entrepreneurial activity that have a significant impact on the development of the national economy and the solution of social problems. The rise of the economy is largely associated with the growth of entrepreneurial activity, the intensification of investment processes.

In Uzbekistan, in order to apply the simplified procedure for calculating the tax base from January 1, 2020, individual entrepreneurs must submit a notification to the tax authority at the place of tax registration no later than February 1, 2020.

The main changes in personal income tax:

From January 1, 2020, a certain category of individuals (individual entrepreneurs, artisans, members of a family business entity) will be transferred to the payment of personal income tax instead of paying a flat tax. At the same time, it is envisaged that they will be given the right to choose the payment of tax on the basis of a declaration of total annual income.

Certain types of personal income that were previously included in the total income of an individual and subsequently deducted when determining the taxable base (such as pensions, scholarships, social benefits, alimony and others), from January 1, 2020, are not included in the total income of the taxpayer.

In addition, the provision is provided that income in cash or in kind in the form of funds transferred to the bank account of an individual and (or) full or partial payment for goods and (or) services by organizations received as a result of participation of a physical person is not considered as income of a taxpayer. persons in the loyalty programs of these organizations.

In 2020, the personal income tax rates that were in effect in 2019 are retained:

- for individuals - residents:

- the basic rate of personal income tax - 12 percent. Income in the form of dividends and interest is taxed at the rate of 5 percent;

- for individuals - non-residents:

- dividends and interest - 10%;
- income from the provision of transport services in international transport (income from freight) - 6%;

- income received under employment agreements (contracts) and agreements of a civil nature, other income - 20%.

Optimized individual personal income tax benefits by:

a) revising the procedure for granting benefits in terms of funds allocated to pay insurance premiums paid to legal entities licensed to carry out insurance activities for long-term life insurance, as well as to repay mortgage loans and interest accrued on them (the maximum amount of tax deduction is established during



tax period);

b) the extension of benefits in terms of funds allocated to pay for tuition (for one's own or for one's children under the age of twenty-six), as well as to pay for tuition for a spouse under the age of twenty-six;

c) cancellation of certain benefits in terms of exemption from taxation:

- the amount of profit after taxes and other obligatory payments remaining at the disposal of the owner of a private enterprise, a member of a family enterprise and the head of a farm;

- severance pay paid upon termination of an employment contract within twelve times the minimum wage;

- the amounts of income of founders (participants) of legal entities sent to a voluntarily liquidated business entity - a legal entity to fulfill its obligations;

- income of foreign employees of joint stock companies received from their activities as management personnel.

d) abolished tax exemptions for individuals who have a license to carry out concert and entertainment activities - on the income received from this activity; as well as those in labor relations with an individual entrepreneur - according to the income they received from performing work under an employment contract concluded with an individual entrepreneur.

In connection with the introduction of indicators of the base calculated value used in determining the size of taxes and the minimum wage, the benefits established in multiples of the minimum wage have been revised based on the base calculated value and the minimum wage, respectively.

In connection with the transfer of a certain category of individuals to the payment of personal income tax instead of a flat tax and giving them the right to choose to pay tax on the basis of a declaration of total annual income:

- specifics of payment of tax in a fixed amount are provided;

- detailed the procedure for their payment of tax on the basis of the declaration of total annual income (the procedure for submitting a preliminary declaration by analogy with individuals who receive income from property lease).

The deadlines for submitting tax reports on personal income tax and social tax have been unified - monthly, no later than the 15th. At the same time, the procedure is established in accordance with which the payment of the calculated amount of tax is carried out by the tax agent simultaneously with the payment of income to an individual, but not later than the deadline for submitting tax reports.

It is allowed to independently submit tax reports and, accordingly, the payment of the calculated amounts of tax by branches and separate divisions with more than 25 employees - in relation to employees of these branches and separate divisions, to the tax authority at the place of registration of such branches and separate divisions.

For individual entrepreneurs, the following procedure has been established for choosing and paying tax on the basis of a declaration or in a fixed amount.

1) Individual entrepreneurs - individuals, whose revenue from the sale of goods (services) does not exceed 100 million soums in a calendar year, have the right to choose to pay personal income tax:

- in a fixed amount established for the corresponding type of activity;

- on the basis of a declaration of total annual income based on the income actually received at the generally established rate of 12 percent.

If the income of an individual entrepreneur from the sale of goods (services) for the tax period exceeds 100 million soums, but not more than one billion soums, he is recognized as a payer of turnover tax. At the same time, the turnover tax does not apply to individual entrepreneurs who import (import) goods.

Individual entrepreneurs, whose income from the sale of goods (services) for the tax period exceeds one billion soums, are transferred to the payment of value added tax and income tax.

An individual entrepreneur has the right to switch to paying income tax and VAT on a voluntary basis.

#### **Payment of personal income tax on the basis of the declaration of total annual income**

- The income of an individual entrepreneur who has chosen the procedure for paying personal income tax on the basis of a declaration of total annual income is taxed at a rate of 12%.

- Individual entrepreneurs who pay tax on the basis of a declaration of total annual income have the right to deduct from income actually incurred and documented expenses related to the implementation of entrepreneurial activities.

• The tax is paid monthly until the fifteenth day of the month following the month of receipt of income, based on:

- submitted preliminary declaration;
- or a notification from the tax authority.

The preliminary declaration is submitted no later than February 1 of the current year.

Newly registered business entities submit a preliminary declaration by the end of the month in which the state registration of the business entity is carried out.

At the end of the year, the annual tax amount is calculated based on the income actually received. The declaration is submitted to the tax authority at the place of permanent residence no later than April 1 of the year following the reporting year.

The difference between the amount of tax on the declaration and the amounts paid during the year is subject to collection from the taxpayer or refund to him no later than June 1 of the following year.

#### **Personal income tax payment in a fixed amount**

A fixed amount of tax is paid monthly, no later than the fifteenth day of the month in which the entrepreneurial activity was carried out.

Taxpayers engaged in several types of activities pay tax at a fixed rate for each type of activity separately in the amount established for these types of activities.

For other types of income of individuals, received along with income from activities that are subject to the payment of tax in a fixed amount, separate accounting is kept. Tax on these incomes is paid on the basis of the annual income tax return.

#### **Personal income tax payment from other income of an individual entrepreneur**

Personal income tax for the following types of income is paid on the basis of a declaration of total annual income:

a) at a rate of 12%:

- property income not subject to taxation with a tax agent;
- income in the form of material benefits not taxed by a tax agent;
- income received from sources outside of Uzbekistan;
- income received from sources other than tax agents.

b) income of individuals received in the form of royalties for the creation and use of works of science, literature and art are taxed with personal income tax at a rate of 12%, with the right to deduct actually incurred and documented expenses related to the implementation of creative activities, but not more than 30% of the amount of total income received.

c) income in the form of dividends and interest are taxed at a rate of 5%.

#### **The duty of an individual entrepreneur to keep records of income and expenses**

Individual entrepreneurs are obliged to keep records of income and expenses related to the receipt of income in accordance with the approved forms.

The accounting of taxable income and performed commodity transactions in trading activities is maintained in the registers for recording income and commodity transactions. They are:

a) a book for recording taxable income and commodity transactions of an individual entrepreneur engaged in retail trade;

b) the book of sales receipts.

On the basis of an application by an individual entrepreneur, the tax authority at the place of tax registration of an individual entrepreneur registers registers for accounting for income and commodity transactions.

They are kept by an individual entrepreneur for five years from the date of the last entry and must be numbered, laced and sealed by the relevant tax authority.

Reports on the activities of an individual entrepreneur are submitted to the tax authorities at the place of tax registration at the end of each quarter no later than the tenth day of the month following the reporting quarter.

#### **Bibliography:**

1. Tax Code of the Republic of Uzbekistan (new edition). T. Uzbekistan. 2020 year.
2. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PP-4555 dated December 30, 2019 "On measures to ensure the implementation of the Law of the Republic of Uzbekistan" On the state budget of the Republic of Uzbekistan for 2020 ".
3. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PP-4846 dated September 30, 2020 "On

measures to further develop the field of tax consulting."

4. Aliyev B. State tax policy: essence, implementation mechanism and prospects. M. Finance and credit. 2014, p. 27-35.

5. Drobot E. Tax policy and project financing as a toolkit for state policy of regional and sectoral development of the country. Journal\_of\_International\_Economic\_Affairs. P.2587-8921. <https://www.researchgate.net/journal/>

**Резаева Анастасия Андреевна**

Студентка института инженерно – экономического и гуманитарного образования кафедры «Экономика промышленности и производственный менеджмент» Самарского государственного технического университета, г. Самара

**Rezaeva A.A.**

Students of Engineering - Faculty of Economics Department of «industrial Economics and production management». Samara State Technical University, Samara

E-mail: [rezaeva1996@mail.ru](mailto:rezaeva1996@mail.ru)

УДК 338.24

## **ВЫБОР МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

### **CHOICE OF MARKETING STRATEGY FOR ENTERPRISE**

**Аннотация.** В статье рассматриваются основные составляющие маркетинговой стратегии, ее роль и основные значения для предприятия. Изучается организация маркетинговой стратегии на примере ПАО «Газпром».

**Abstract.** The article discusses the basic components of a marketing strategy, its role and the basic values for the company. We study the organization of the marketing strategy on the example of PJSC «Gazprom».

**Ключевые слова:** маркетинг, маркетинг на предприятии, концепция управления, маркетинговая среда, маркетинговая стратегия, маркетинговые исследования.

**Keywords:** marketing, marketing for the enterprise, the concept of management, marketing environment, marketing strategy, marketing research.

Актуальность маркетинговых исследований определяется возрастающей ролью маркетинга не только в самой системе отношений субъектов рынка, но и в жизни человека. Так, ежедневно совершая большие и малые покупки, мы ищем те товары, которые наилучшим образом подходят нам и удовлетворяют наши потребности. Для сохранения баланса между интересами покупателя и производителями товара необходимо использование маркетинговых инструментов.

Маркетинг является рыночной концепцией управления научно-технической и производственно-сбытовой деятельностью предприятия. Осуществление данной концепции в организации предполагает создание такой организационной структуры, которая обеспечивает ее реализацию. На сегодняшний день без системы маркетинговых служб, обеспечивающих эффективную работу каждого предприятия, производителям сложно выжить в конкурентной борьбе. Итогом функционирования маркетинговых служб выступает подчинение всей коммерческой и хозяйственной деятельности организации законам функционирования рынка [3].

В данный момент в России маркетинговую деятельность в той или иной степени осуществляют производственные организации и предприятия сферы услуг, некоммерческие организации, образовательные и лечебные заведения, проектно-ориентированные структуры, политические деятели, отдельные личности, которые выступают самыми различными субъектами рыночной деятельности. Следовательно, степень охвата маркетинговой деятельностью в стране на сегодня достаточно широка.

Появлению предприятий в рыночных условиях предшествует существующий или формируемый на рынке спрос на определенный товар, который способен удовлетворить потребности покупателей. В связи с этим возникает потребность в правильном выборе организационно-правовой формы и маркетинговой стратегии.

Существуют следующие основные организационно-правовые формы: государственные, муниципальные, общества с ограниченной ответственностью, индивидуальные, полные и командитные товарищества, акционерные общества публичного и непубличного типа.

Предприятие само выбирает ту или иную организационно-правовую форму, руководствуясь при этом множеством факторов. К числу таковых относятся: отрасль и производимая продукция, состояние применяемых ресурсов, количество и положение конкурентов на рынке, возможность получения налоговых льгот, перспективы акционирования и приватизации, возможность создания

ассоциаций и иных структур [1].

Достигнет ли предприятие поставленных целей зависит от множества причин. Например, ресурсные возможности предприятия, состояние конкуренции между организациями, тенденции и события, которые имеют место в маркетинговой среде в целом.

Маркетинговая среда предприятия представляет собой совокупность активных субъектов и сил, которые действуют за пределами предприятия и влияют на разработку комплекса маркетинга и реализацию маркетинговых мероприятий [4].

Рассмотрим маркетинговую среду на примере российской транснациональной корпорации ПАО «Газпром». Газпром является крупнейшей газовой компанией мира.

Основная задача маркетинговой стратегии «Газпрома» на внутреннем рынке – обеспечение бесперебойного газоснабжения страны при увеличении рентабельности продаж.

Самым большим и потенциально привлекательным рынком газа для «Газпрома» по-прежнему остаётся российский рынок. На внутреннем рынке ПАО «Газпром» реализует больше половины продаваемого газа. Чистая выручка от продажи газа выросла на 136 509 млн руб., или на 8%, за шесть месяцев, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, и составила 1 755 271 млн руб. Объемы продаж в 2019 году составили 235,5 млрд куб м газа, что на 14,3 млрд куб м больше, чем в 2018 году [5].

«Газпром» действует и достигает успеха с помощью правильно выстроенной маркетинговой стратегии. Запросы потребителей, конкуренция и изменение экономической ситуации в целом формируют маркетинговую среду организации.

Сегодня в России функционирует модель рынка газа, которая включает в себя два сектора: регулируемый и нерегулируемый. Под сектором рынка понимают выбранную по четким критериям группу покупателей, одинаково реагирующих на появление на рынке конкретного товара, обладающего определенными качественными характеристиками. Из этого следует, что круг потребителей газа весьма широк. Он охватывает не только население страны, но и активно используется в промышленности, металлургии и электроэнергетике (рис. 1) [2].



Рис.1 Структура продаж газа по группам потребителей

Таким образом, не смотря на столь широкий круг потребителей, включая зарубежных, не стоит забывать о значимости маркетинговых программ и исследований. В условиях жесткой конкурентной борьбы невозможно добиться высоких результатов без правильно выстроенной маркетинговой стратегии, которой руководствуется ПАО «Газпром».

#### Библиографический список:

1. Пичурин, И.И., Обухов, О.В., Эриашвили, Н.Д. Основы маркетинга. Теория и практика. Учебное пособие. // И.И. Пичурин и др. // Издательство: ЮНИТИ-ДАНА – Москва – 2017 г. – С. 383;
2. Романов, А.А., Басенко, В.П., Жуков, Б.М. Маркетинг. Учебное пособие // А.А. Романов и др. // Издательство: Дашков и К – Москва – 2016. – С. 440;
3. Савчук, Г.А., Мокерова, Ю.В. Управление маркетингом на предприятии. Учебное пособие. // Г.А. Савчук, Ю.В. Мокеров // Издательство: Урал. университет – Екатеринбург – 2016. – С. 112;
4. Эриашвили, Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг. Учебное пособие// Н.Д. Эриашвили // М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — С. 350;
5. <http://www.gazprom.ru/> - официальный сайт ПАО «Газпром».

**Синкевич (Ольховик) Ирина Валерьевна**  
**Sinkevich (Olhovich) Irina**

доцент, кандидат экономических наук, доцент  
Белорусского национального технического университета. Республика Беларусь.  
E-mail: [olhovich-irina@mail.ru](mailto:olhovich-irina@mail.ru)

УДК 334.784: 339.137.24:338.46:37

## **РАЗВИТИЕ ЕДИНОЙ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ СТРАН СОДРУЖЕСТВА НЕЗАВИСИМЫХ ГОСУДАРСТВ**

### **DEVELOPMENT OF UNIFIED SYSTEM FOR ASSESSING THE QUALITY IN HIGHER EDUCATION SERVICES IN THE MARKET OF THE COMMONWEALTH OF THE INDEPENDENT STATES**

**Аннотация:** Статья посвящена обоснованию целесообразности развития единой системы оценки качества высшего образования на рынке стран Содружества Независимых Государств.

**Abstract:** The article aims to justify an appropriateness of the development of unified system for assessing the quality of higher education services in the market of the member countries of the Commonwealth of the Independent States.

**Ключевые слова:** качество образовательных услуг, высшее образование, Содружество Независимых Государств.

**Keywords:** quality of education services, higher education, the Commonwealth of the Independent States.

Долгосрочное воздействие пандемии COVID-19 изменит высшее образование, ускорив давние тенденции к новым академическим модальностям. Несмотря на то, что сфера высшего образования продолжает реагировать на немедленные и острые чрезвычайные ситуации, связанные с пандемией, руководителям вузов необходимо начать учитывать долгосрочное влияние COVID-19 и его влияние на их учебные заведения.

На пике весенней волны заболевания, по данным ЮНЕСКО на 24 апреля 2020 г. [15], продолжить обучение не смогли более 1 млрд. 480 млн. учащихся (в том числе, студентов), или 84,5% от общего количества обучающихся в мире. По состоянию на 29 ноября этого же года, число таких обучающихся составляет более 224 млн. (или 12,8%).

Единственно возможный для многих государств, установивших для своих граждан тот или иной режим карантина, вариант организации продолжения обучения – переход на дистанционное обучение – привел, как верно отмечает ректор Томского государственного университета Э.Галажинский в аналитическом обзоре «Мировое высшее образование: парадоксы пандемии» [6], к другой проблеме – цифровому неравенству вузов, преподавателей и студентов: большая часть вузов, особенно за пределами США и стран Европы, не обеспечена с точки зрения техники и методики для перехода в дистанционный формат<sup>1</sup>. Указанная проблема в сочетании с превращением высшего образования из элитарного в массовое [13], ростом числа студентов и усилением рыночной направленности образования, приводит к возрастанию роли таких утилитарных параметров, как стоимость, продолжительность, качество, подготовленность выпускников к социальной и профессиональной активности.

Темп развития и совершенствования систем качества образования обоснован рядом внутренних и внешних причин [9]:

- возможное ослабление академических стандартов на фоне развития массового образования;
- заинтересованность ключевых бенефициаров (особенно работодателей) в получении возможности принимать участие в определении целей, задач и ожидаемых результатов деятельности вузов;

- стагнация или даже сокращение госрасходов на высшее образование и параллельно возросшие требования к эффективности произведенных на эти цели общественных затрат;

<sup>1</sup> Так, по информации американских СМИ, даже в США по состоянию на март 2020 г. 70% из 1,5 млн преподавателей не имели опыта работы онлайн [16].

- ожидание от вузов того, что они станут более открытыми и подотчетными общественным институтам с точки зрения результатов своей деятельности;

- превращение высшего образования в чрезвычайно конкурентную среду: изменилась традиционная практика набора студентов, повысилась мобильность студентов и профессоров, усилилось давление со стороны негосударственного сектора.

Престиж высшего образования как гаранта успешной экономической стабильности и социальной мобильности молодежи, все увеличивающиеся запросы частного сектора экономики к качеству образования, возрастающие требования к квалификации привели к изменениям мнения общества в оценке значимости качества образования как со стороны оказывающих образовательные услуги институтов, так и со стороны их потребителей [2,57–65].

Конкуренция как на внутригосударственном, так и на межгосударственном уровнях стала сегодняшней реальностью. Для поддержания конкурентоспособности вузов на мировом рынке образования требуется демонстрация систем обеспечения (контроля) его качества.

Это также имеет значение и для социального развития человечества, ведь оптимизация, улучшение и развитие механизмов, гарантирующих качество образования и, особенно, качество высшего образования, окажет помощь будущим гражданам, оказавшимся в переходный период развития общества в процессе подготовки к трудовой деятельности [17].

Качество поддерживается с помощью механизмов, позволяющих регулировать эффективность, функциональность и надежность оцениваемого процесса. Качество образовательных услуг включает, в том числе, характеристики их потребителей, поскольку полезный эффект зависит как от исполнителя услуги, так и от того, как происходит ее потребление. Учет этих аспектов дает возможность различать результат деятельности исполнителя, т.е. собственно услуги (вуз обязан предоставить (обеспечить) возможность усвоения студентами определенного уровня системных знаний [4,25]), и результат, который желает достичь потребитель посредством услуги.

В то же время, несмотря на значимость качества образовательных услуг, до сих пор не существует единого определения качества образования. И, тем более, до сих пор не разработаны теоретические основы и рабочие методики, которые давали бы возможность адекватно и исчерпывающе измерить качество национальных образовательных систем и образования в целом. Проблема заключается в том, что качество образования, являясь интегральной характеристикой, включает ряд аспектов: например, по мнению специалистов ЮНЕСКО, качество образования отражается такими показателями, как<sup>2</sup> [3,63]:

- госрасходы на образование;
- ожидаемая продолжительность обучения;
- соотношение числа обучаемых и преподавателей;
- квалификация преподавателей;
- результаты, достигаемые учащимися в процессе обучения, и др.

Всемирная декларация о высшем образовании для XXI века от 1998 г. определила качество в сфере высшего образования как многоаспектную концепцию, которая должна охватывать все функции высшего образования и виды деятельности: программы (учебные и академические); научные исследования и стипендии; укомплектованность кадрами; материально-техническую базу и оборудование; работу на благо общества и академическую среду» [5]. В декларации также подчеркивается:

- потребность усиления внимания к национальным (региональным) условиям для учета многообразия и избежания унификации высшего образования;
- актуальность требования международного измерения высшего образования как одной из неотъемлемых характеристик современного качества.

Соответствующие положения об обеспечении контроля качества высшего образования содержат и национальные правовые документы. Так, Концепция экспорта образовательных услуг Российской Федерации на период 2011–2020 годов, предполагает «внедрение систем обеспечения качества, обеспечивающих сопоставимость с системами и процедурами, согласованными в рамках международных организаций и объединений» [8]. Сходную позицию о создании *системы обеспечения качества высшего образования*, совместимой с международными процедурами его оценки, создающей основу для участия белорусских университетов в международных образовательных рейтингах, содержала Государственная программа развития высшего образования

<sup>2</sup> Перечень, очевидно, не является закрытым.

на 2011–2015 годы [10].

Выделяют четыре международных схемы обеспечения качества высшего образования [12,37]:

- 1) разработку общих международных стандартов;
- 2) перенос системы сертификации или аккредитации одной страны в законодательство и практику других государств;
- 3) заключение соглашения о подтверждении национальных стандартов или уважении к национальным системам аккредитации;
- 4) взаимное признание степеней (стандартов) или заключение соглашения о взаимном их признании.

Сегодня проблема качества образовательных услуг является самой острой проблемой международного рынка образовательных услуг: обязательные стандарты качества образовательных услуг, единые для всех государств, отсутствуют.

Эта лакуна привела к необходимости усиленного развития государствами национальных систем качества, в которые, как правило, входят [11,141–159]:

- самообследование образовательных учреждений;
- лицензирование;
- государственная аттестация;
- государственная аккредитация.

Национальные органы по обеспечению качества в высшем образовании объединены на добровольной основе в Международную сеть агентств обеспечения качества в высшем образовании (INQAANE). Процесс сертификации программ международного образования инициирован Международным союзом транснационального образования (GATE), который также является добровольным: учебные заведения и государственные органы по своему усмотрению могут признавать или не признавать выданный организацией сертификат. Таким образом, в настоящее время национальные системы являются преобладающими гарантами качества рынка международных образовательных услуг [11,150–151].

В регионе Европы созданы схожие структуры: Международная экспертная группа по рейтингам (IREG **Observatory**), учрежденная по инициативе Европейского центра по высшему образованию ЮНЕСКО в Бухаресте (СЕПЕС ЮНЕСКО) и Института политики в области высшего образования в Вашингтоне, а также Европейская ассоциация гарантии качества в высшем образовании, образованная Европейским союзом в рамках Болонского соглашения. Таким образом, очевидно, что универсального инструментария для измерения качества образования не существует – стандарты и критерии являются предметом договоренностей выгодоприобретателей, а также во многом зависят от государственной политики. В условиях глобализации разработка критериев качества образования становится особенно актуальной, а оценивать учебные заведения и программы должны независимые эксперты, способные обеспечить баланс интересов разных участников образовательного рынка [1].

подавляющее большинство национальных систем обеспечения качества высшего образования основывается на внешней оценке качества: 80% вузов (а в сфере бизнеса, экономики, инженерии и технологий – до 100%) подвергаются ее процедурам.

Одним из наиболее всеупотребимых типов оценивания и контроля качества является аккредитация. С конца 1990-х годов в Европе резко возрос интерес к аккредитации как к инструменту оценки качества университетов и их программ [7,5]. Этому способствовали такие факторы, как развитие общества, основанного на знаниях, влияние глобализации и интернационализации, активное проникновение рыночных факторов в систему высшего образования. Не на последнем месте стоят процессы поиска совместимости систем высшего образования, заданные Болонской декларацией 1999 г.

Большинство национальных аккредитационных структур (агентств, бюро) основывают свою работу на следующих принципах [9]:

- 1) независимость от государства и вузов и привлечение внешних (независимых) экспертов;
- 2) первичную оценку проводят сами вузы или программы;
- 3) последующая внешняя оценка включает в себя посещения вузов и совместную экспертизу;
- 4) прозрачность (обязательное обнародование отчетов).

Все большее распространение получает точка зрения, согласно которой показатели оценки качества высшего образования призваны «отражать равновесие между универсальными глобальными



ценностями и специфическими особенностями каждой отдельной культуры, общественного устройства и структуры образовательной системы» [12,42].

Соблюдение этого условия позволило бы обеспечить прозрачность систем оценки качества высшего образования, корректную сравнимость вузов на международном уровне, поскольку в условиях развернувшейся в последние десятилетия жесткой конкурентной борьбы и при наличии транснациональных учебных заведений, стремящихся привлечь как можно больше иностранных студентов<sup>3</sup>, фактом является то, что большинство рейтингов предназначены для абитуриентов.

Кроме того, без такого равновесия между национальными и глобальными ценностями трудно поддерживать и развивать международные образовательные пространства. Национальные системы высшего образования будущего, безусловно, должны будут иметь высокий потенциал совместимости.

Высшей школе стран Содружества Независимых Государств (как и всей системе образования) уже приходится испытать на себе воздействие мировых академических стандартов; возникла потребность включения вузов государств СНГ в международные рейтинги, а также региональные (европейские) и глобальные системы аккредитации. Несомненным является возрастание роли рейтингов в условиях открытого международного образовательного рынка и конкуренции вузов за лучших студентов, преподавателей, исследователей, а также за инвестиции.

Рейтинги как один из многочисленных и разнообразных механизмов оценки вложений, процессов и результатов могли бы стать неотъемлемой составляющей гармонизированной системы контроля в Содружестве Независимых Государств, оценки качества и управления высшим образованием. Они выступали бы средством подхода к вопросам оценки качества высшего образования. Именно в этом заключается новая функция рейтингов.

Сочетая и гармонизируя между собой показатели лицензирования, аттестации, аккредитации и рейтингов высших учебных заведений, а также образовательных программ, можно было бы удовлетворять растущую в обществе потребность в оценке качества. Обновленные показатели должны соответствовать новому качеству высшего образования, а оценка качества – подниматься на новый уровень. Пластичность оценочных культур с их незамедлительной реакцией на внутренние и внешние сигналы обновляемости систем высшего образования – важнейшее современное требование.

Таким образом, в Содружестве Независимых Государств должна быть создана единая оценочная среда развития высшей школы, в которой система обновляемых и динамичных показателей, критериев и индикаторов качества, применяемая в процессах аттестации и аккредитации, а также рейтингах, позволит вузам более эффективно (с помощью различных сбалансированных политик и механизмов) ориентироваться на современные запросы.

Основой для такой системы должно стать Соглашение о координации работ в области лицензирования образовательной деятельности, аттестации и аккредитации образовательных учреждений государств – участников Содружества Независимых Государств, подписанное в г. Москве 29 ноября 2001 года<sup>4</sup> [14]. Вместе с тем, полагаем, что в настоящее время принятия мер к сближению национальных нормативных актов в области аттестации и аккредитации образовательных учреждений (абзац второй статьи 2 Соглашения [14]) и взаимодействия при разработке требований к образовательным учреждениям по обеспечению качества образования (статья 3 [14]) уже недостаточно. Насущным и целесообразным является установление единой системы аттестации и аккредитации образовательных учреждений на основе международного договора.

#### **Библиографический список:**

1. Артюшина И. Как построить рейтинг? / И. Артюшина // Платное образование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.platobraz.ru/nomer10reiting.shtml> (дата обращения: 01.10.2018).

2. Ачмиз С.А. Реформирование системы образования в РФ в области обеспечения качества образования / С.А. Ачмиз // Сборник материалов научно-практического семинара «Менеджмент качества в образовании». – Краснодар, КубГУ, МЦУР «Качество», 2006. – С. 57–65.

3. Байнев, В.Ф. Государства-участники СНГ на старте Десятилетия ООН по образованию для

<sup>3</sup> Так, по данным на 2017 год, что только на обучении иностранных студентов система образования США зарабатывает 34 млрд. долл. в год [19; 18].

<sup>4</sup> Подписан Арменией, Беларусью, Казахстаном, Кыргызстаном, Молдовой, Россией и Таджикистаном; вступил в силу для всех вышеуказанных государств, кроме Армении.

устойчивого развития / В.Ф. Байнев, Н.И. Лис, В.И. Стражев; под ред. проф. В.И. Стражева – Мн.: Изд. центр БГУ, 2005. – 96 с.

4. Волынкина М.В. Образовательная услуга: проблемы качества / М.В. Волынкина // Высшее образование сегодня. – 2004. – № 2. – С. 24–26.

5. Всемирная декларация о высшем образовании для XXI века: подходы и практические меры // Международный университет в Москве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sde.ru/files/t/pdf/5.pdf> (дата обращения: 20.03.2020).

6. Галажинский Э.В. Мировое высшее образование: парадоксы пандемии / Э.В. Галажинский // Томский государственный университет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.tsu.ru/university/rector\\_page/mirovooe-vysshee-obrazovanie-paradoksy-pandemii/](http://www.tsu.ru/university/rector_page/mirovooe-vysshee-obrazovanie-paradoksy-pandemii/) (дата обращения 15.11.2020).

7. Долгоруков, А.М., Зырянов В.В., Малахов Ф.В., Темнова Л.М. Опыт разработки процедур профессионально-общественной аккредитации для социально-гуманитарной сферы российского образования / А.М. Долгоруков, В.В. Зырянов, Ф.В. Малахов, Л.М. Темнова // Высшее образование в России. – 2015. – №10. – С. 5-16.

8. Концепция экспорта образовательных услуг Российской Федерации на период 2011–2020 гг. // Российское образование для иностранных граждан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vi.russia.edu.ru/news/discus/concept/> (дата обращения 30.11.2020).

9. Петров А.В. Болонский процесс и качество образования. Часть 3. Опыт вузов / А.О. Грудзинский, И.А. Машина, А.В. Петров, М.Ю. Щербань – Н. Новгород: Изд. ННГУ, 2005. – 122 с.

10. Постановление Совета Министров Республики Беларусь «Об утверждении Государственной программы развития высшего образования на 2011 - 2015 годы» от 1 июля 2011 г. №893 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 13.07.2011. – №79. – 5/34104.

11. Почекина, В.В. Международный рынок услуг / В.В. Почекина, Ю.П. Якубук; под ред. В.Ф. Медведева. – Мн.: НО ООО «БИП-С», 2004. – 264 с.

12. Селезнева Н.А. Новые тенденции в образовании / Н.А. Селезнева // Высшее образование сегодня. – 2004. – № 4. – С. 35–44.

13. Современное состояние и перспективы развития высшего образования в Беларуси (круглый стол, 30.12.2019) // БЕЛТА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/roundtable/view/sovremennoe-sostojanie-i-perspektivy-razvitiya-vysshego-obrazovaniya-v-belarusi-1208> (дата обращения 01.10.2020).

14. Соглашение о координации работ в области лицензирования образовательной деятельности, аттестации и аккредитации образовательных учреждений государств – участников Содружества Независимых Государств, от 29 ноября 2001 г. // Единый реестр правовых актов и других документов Содружества Независимых Государств [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cis.minsk.by/reestr/ru/index.html#reestr/view/text?doc=1242> (дата обращения 30.11.2020).

15. Education: From disruption to recovery – A Covid-19 Impact on Education // UNESCO [Electronic resource]. – Available at: <https://en.unesco.org/covid19/educationresponse> (accessed 30 November 2020).

16. Hechinger J., Lorin J. Coronavirus Forces \$600 Billion Higher Education Industry Online (19.03.2020) / J. Hechinger, J.Lorin // Bloomberg Businessweek [Electronic resource]. – Available at: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-03-19/colleges-are-going-online-because-of-the-coronavirus> (accessed 15.11.2020).

17. Olmos-Gómez M.C., Suárez M.L., Ferrara C., Olmedo-Moreno E.M. Quality of Higher Education through the Pursuit of Satisfaction with a Focus on Sustainability / M.C. Olmos-Gómez, M.L. Suárez, C. Ferrara, E.M. Olmedo-Moreno // Sustainability. – 2020. - №12 (6) [Electronic resource]. – Available at: [https://www.mdpi.com/2071-1050/12/6/2366?type=check\\_update&version=2](https://www.mdpi.com/2071-1050/12/6/2366?type=check_update&version=2) (accessed 09.10.2020).

18. Rampell C. One of America's most successful exports is in trouble / C. Rampell // The Washington Post. – 2018. – 13 Dec [Electronic resource]. – Available at: [https://www.washingtonpost.com/gdpr-consent/?next\\_url=https%3a%2f%2fwww.washingtonpost.com%2fopinions%2fone-of-americas-most-successful-exports-is-in-trouble%2f2018%2f12%2f13%2ff7234e8c-ff1b-11e8-83c0-b06139e540e5\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/gdpr-consent/?next_url=https%3a%2f%2fwww.washingtonpost.com%2fopinions%2fone-of-americas-most-successful-exports-is-in-trouble%2f2018%2f12%2f13%2ff7234e8c-ff1b-11e8-83c0-b06139e540e5_story.html) (accessed 18.09.2020).

19. The Economic Benefits of International Education to the United States: A Statistical Analysis,

2015–2016 // NAFSA: Association of International Educators [Electronic resource]. – Available at: [http://www.nafsa.org/\\_/File/\\_/econvalue2016\\_natl.pdf?\\_ga=1.10891892.115817107.1487015059](http://www.nafsa.org/_/File/_/econvalue2016_natl.pdf?_ga=1.10891892.115817107.1487015059) (accessed: 05.03.2020).

Научное издание

Коллектив авторов

Сборник статей LXIV Международной научной конференции «Современная экономика»

ISBN 978-5-8807999-7-1

Журнал об экономических науках «Бенефициар»

Кемерово 2020