

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В НАУКЕ И ТЕХНИКЕ XXI ВЕКА

Материалы

*XVIII Международной научно-практической конференции
студентов, аспирантов, ученых, педагогических работников
и специалистов-практиков
(Нижневартовск, 2020 г.)*

Том 1

Тюмень
ТИУ
2020

УДК 001.31 (063) + 6 (063)

ББК 72+30

И 665

И 665 Инновационные процессы в науке и технике XXI века: материалы XVIII Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов, ученых, педагогических работников и специалистов-практиков (Нижевартовск, 2020 г.) / отв. ред. Н. В. Абрамов, В. Я. Мауль, О. А. Шестопалова. – Тюмень: ТИУ, 2020. – Текст: непосредственный.

Том 1. – 352 с.

ISBN 978-5-9961-2499-2 (*общ.*)

ISBN 978-5-9961-2500-5 (*том 1*)

В первый том сборника вошли тезисы докладов студентов, аспирантов, ученых и специалистов-практиков из Российской Федерации и стран ближнего зарубежья в области естественнонаучных, экономических, гуманитарных и технических наук. Материалы были подготовлены в рамках секций «Иностранный язык», «Экономика и менеджмент», «История. Правоведение. Политология».

Сборник может быть полезен студентам, аспирантам, преподавателям высших школ и специалистам, интересующимся актуальными проблемами современной науки и техники.

УДК 001.31 (063) + 6 (063)

ББК 72+30

ISBN 978-5-9961-2499-2 (*общ.*)

ISBN 978-5-9961-2500-5 (*том 1*)

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тюменский индустриальный университет», 2020

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

Брагина Э.Р. Сопоставительный анализ шестикомпонентных терминов кибернетики в английском и русском языках	7
Буторина М.Н. Исследование роли английского языка в профессиональной деятельности студентов	11
Герасименко Е.Е. Коммуникативная методика преподавания иностранного языка	14
Дубровкина И.Ю. Аллюзии общекультурного характера как основа мотивации названий художественных произведений английской и русской литературы	17
Ещенко Л.В., Писаревская М.М. Методы мотивации студентов	21
Жданова Н.А., Трофимова П.А. Методы работы в группах с разным уровнем языка на неязыковых специальностях	25
Красько И.С. О некоторых особенностях английских юридических терминов	30
Кузьмич М.М. Проблема синофобии в условиях меняющегося мира	34
Овакимян Д.Л. Эмоционально обусловленная категоризация лексических единиц в англоязычных текстах масс-медиа	36
Шенцова Е.Ф. Памятки и алгоритмы как средство повышения эффективности обучения иностранному языку в современных условиях	41

СЕКЦИЯ 2. ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

Агамерьянц А.А. Нейромаркетинг или «скрытое» влияние на сознание потребителя	47
Акылбекова Н.И., Байгуттиев С.С., Мамбетова А.А. Развитие банковской системы в Кыргызской республике: проблемы и перспективы	51
Акылбекова Н.И., Рыскулова М.К., Неевина Е.А., Джумабаева М.З. Роль туризма в развитии экономики Кыргызской республики	56
Аникеева А.С., Колесникова К.М. Проблемы и перспективы развития бухгалтерского учета	63
Антонова Р.А., Головлева Л.С. Роль бухгалтерского учета в российской экономике	66
Антосевич А.А. Характерные особенности электронной коммерции как современной формы ведения бизнеса	69
Арын А.Д., Дегемерзанов Д.А., Мелисов Е.Ш., Арин Р.Д. Тренды киберспорта в Казахстане	74
Астахова М.В. Основные понятия менеджмента	77
Бекпаева Ж.А. Основные принципы корпоративного управления в банковском секторе	81
Белоусова А.Э. Роботизация производства: сущность понятия и характерные признаки	86
Бикбаева Д.И., Ерошенко А.А. Сравнительная характеристика структуры и направлений использования иностранных инвестиций	89
Божубаева Э.К. Современное состояние инвестиционной политики ХМАО-Югры	94
Боиштяну Я.В. Роль кросс-культурных коммуникаций в развитии эффективного бизнеса	99

Бойчук А.В. Отдельные вопросы внешнеэкономической деятельности территории (на примере ХМАО-Югры)	104
Бородай А.А. Оптимизация затрат на проведение диверсификации деятельности предприятий нефтегазовой отрасли	107
Голобородова В.В. Перспективы развития рынка возобновляемых источников энергии в мире	111
Григорьев В.И. Политико-экономические аспекты развития производства древесного биотоплива в России	116
Губенко Д.А. Диверсификация как фактор повышения рентабельности предприятия	120
Давыденко Ю.М., Ибрагимов А.А. Аспекты применения технологий виртуальной и дополненной реальности в логистике	123
Дорофеева В.С. Оценка стратегических направлений развития экономического потенциала предприятия	128
Ералиева Н.Р., Оралова М.С., Шаймерденова Н.Е. Некоторые вопросы применения интернета вещей в управлении цепями поставок	132
Ефименко А.В. Устойчивость нефтегазовых компаний с позиций теории добавленной стоимости	136
Жданов Н.В. Экономические особенности ETF, торгуемых на московской бирже фондов, перспектива их развития	141
Зашит А. Нейромаркетинг в сфере образования	145
Зорин Н.А. Потребительские рынки продукции биохакинга	150
Калматаева Д.С. Теоретико-методологические аспекты маркетинга медицинских услуг	154
Кашкинбаев А.Б. Популярные методы оценки для нематериальных активов	158
Кемелдинова Ж.М., Баймурзаева Н.С. Применение корреляционно-регрессивного анализа при изучении страхования как механизма активизации предпринимательства в Кыргызской республике	163
Киселева А.И. Государственная поддержка малого бизнеса	169
Ковалева Е.О. Тенденции развития мировой энергетики и новые задачи для Российской Федерации	173
Койда А.О. Электронная экономика как новый этап развития стран	178
Кононенко А.А. Обоснование необходимости формирования бренда территории ...	182
Кораблев А.А. Место и роль виртуальных валют в современных национальных денежных системах	186
Корытченкова Е.Е. Роль социальных медиа в развитии технологий маркетинга ...	191
Курарару С.М., Кариева С.А., Шалаева М.В. Анализ корпоративной культуры ПАО «НК "Роснефть"» и ПАО «Сургутнефтегаз»	195
Лозовая В.А. Методические подходы к определению сущности финансовой устойчивости компании	199
Любимцев К.С. Отечественная химическая промышленность: состояние и перспективы	202
Мадраимова А.Х. Содержание интернет маркетинга и его значение	207
Мирзаханян А.А. Влияние цвета дизайна смартфона на управление временем пользователя	211
Моисеева А.В. К вопросу моделирования управления организационно-экономической гибкостью предприятия	215
Мухаметова А.Ш. Особенности управления гостиничным бизнесом	219
Новохрост М.С. Теоретические основы GR-менеджмента как фактора повышения эффективности взаимодействия государства и общества	222

Плеханова Н.А. Модель цифровой платформы управления налоговым регулированием хозяйствующих субъектов	227
Родионова А.В., Зарубалова К.В. Анализ рынка фитнес-браслетов как одного из быстрорастущих сегментов сферы «умной электроники»	232
Родченко Г.С. Зарубежный опыт государственного стимулирования инновационной деятельности хозяйствующих субъектов	235
Рябченко А.А. Теоретические основы и подходы к определению понятия «предприятие»	241
Серикова Д. Обзор мировой нефтегазовой отрасли: краткий путь из глубокой древности в современный мир	245
Скорюкова А.М. Особенности информационной безопасности на предприятии	249
Соловьева А.В. Активизация процесса привлечения инвестиций в черную металлургию	253
Стовба Е.В. Применение форсайт-технологий при разработке стратегии развития агропродовольственной сферы сельских территорий	256
Стукало К.Р. Управление конкурентоспособностью на современных предприятиях	260
Сырым К.Е. Внедрение устойчивой городской мобильности в городе Алматы (на примере города Гданьск)	264
Тен А.С., Сакенов А.Б., Лыков И.А. Роль и место ИДК в таможенной проверке ...	268
Утеген К.Б. Аспекты развития организационной культуры в Казахстане	271
Харченко В.А., Леонтьева Л.Н. Формирование и развитие инновационного рабочего поведения	276
Энгель О.О. Влияние надежности банковской тайны на приток капитала в государство (на примере Швейцарии)	279
Юшкова А.М. К вопросу уровня занятости населения Вологодской области	283

СЕКЦИЯ 3. ИСТОРИЯ. ПРАВОВЕДЕНИЕ. ПОЛИТОЛОГИЯ

Абильдинова К.М. Проблемы уголовно-правовой характеристики состава преступления – клонирование человека	286
Абильдинова К.М. Юридическая ответственность за нарушение антидопинговых правил в спорте	289
Аманбаева А.Г. Основные направления профилактики преступлений против половой неприкосновенности несовершеннолетних	293
Ананьева М.Е. Уровни развития электронного правительства в Республике Беларусь и Российской Федерации	297
Ахмедханова А.Б. Трагические страницы Великой войны: гитлеровский геноцид на территории Ростовской области	301
Баранова Ю.С. Документирование деятельности частных компаний как инновационный инструмент	306
Гокунь Ю.С. Факторы, обуславливающие распространение терроризма и экстремизма посредством использования сети интернет	308
Ивашенкова М.Е. «Большой террор» и нефтяная промышленность: судьба А.П. Серебровского	313
Изтелеуова С. Р., Умарова Ш.Ф., Ахметжанов Ж.Е. Современные методы управления персоналом в мировой практике	318
Исхакова Г.Р. Транспорт нефти: опыт Нобелей	323

Московский В.В. Международно-правовой анализ комплекса мер по выполнению Минских соглашений	328
Нарыжный Н.А. Механизм защиты интеллектуальной собственности в эпоху цифровизации: сравнительный анализ ряда стран	331
Олейник Ю.В. Скотокрадство: новелла Уголовного кодекса Республики Казахстан	336
Осташевская В.О. Кибервойна: новая проблема современности	340
Рудь Ю.А. Права ребенка на современном этапе развития человечества	343
Худайбердиев А.Т. Восстановление и развитие нефтяной и газовой промышленности СССР после Великой Отечественной войны (1946-1960 гг.)	348

УДК 81:303.723[811.111+811.161.1]

**СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ШЕСТИКОМПОНЕНТНЫХ
ТЕРМИНОВ КИБЕРНЕТИКИ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ
ЯЗЫКАХ**

*Брагина Э.Р., доцент, канд. филолог. наук,
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк*

Аннотация: В статье рассматриваются в сопоставительном аспекте шестикомпонентные термины кибернетики в английском и русском языках. Классифицируются и выявляются наиболее продуктивные структурные типы терминологических словосочетаний. Выявляются модели сочетаний компонентов терминологических словосочетаний.

Ключевые слова: сопоставительный анализ, терминологическое словосочетание, терминосистема кибернетики, структурный тип, продуктивность.

Изучение терминологии как системы, определение ее места в структуре любого индоевропейского языка, исследование терминологических подсистем в сопоставительном аспекте является одной из актуальных проблем современной лингвистики. Решение теоретических задач: определение природы терминов как знаков специальных понятий, выявление дериивационного потенциала терминологической лексики, исследование общих тенденций развития терминосистем – постоянно привлекало и привлекает внимание таких исследователей, как М. Н. Володина [3], В. П. Даниленко [4], А. В. Суперанская [5], В. Bryson [7] и другие.

Целью данного исследования является сопоставительный структурно-компонентный анализ шестикомпонентных терминологических словосочетаний (в дальнейшем – ТС) в терминосистеме кибернетики (в дальнейшем – ТСК) в английском и русском языках, анализ продуктивности ТС и способов соединения компонентов данных ТС. Актуальность темы определяется повышенным интересом к лингвистическому анализу лексики различных областей знания современных ученых: экологическая лексика (Т. А. Алесенко [1]), офтальмологическая лексика (Л. В. Щеколдина [6]), лексикографическая терминология (М. А. Вайнштейн [2]) и др. Создание двух-, трех- и поликомпонентных терминов – явление закономерное в любой динамически развивающейся системе. Тип языка влияет на процесс образования таких терминов. Если русским ТС свойственно правое расширение, что является результатом флективных особенностей этого языка, то английским ТС свойственно левое расширение, характеризующее аналитический характер английского языка.

Шестикомпонентные ТС по количественной характеристике составляют в английском языке 0,69% (37 ед.) от общего количества (1259 ед.) и в русском – 0,66% (37 ед.) от общего количества (1660 ед.). Таблица 1 показывает сопоставительный структурно-компонентный анализ и анализ продуктивности исследуемых ТС в двух языках:

Табл. 1. Структурно-компонентный анализ шестикомпонентных ТС кибернетики в английском и русском языках, расположенных в порядке убывания их продуктивности

Английский язык				Русский язык			
№	Структурные типы	Кол-во ед.	%	№	Структурные типы	Кол-во ед.	%
1.	N N Adj N N N	11	29,8	1.	N Adj N N Adj N	7	18,9
2.	Nprep Nprep Adj conj Adj N N	8	21,6	2.	P I N Adj N Adj N	6	16,25
3.	Adj N N prep P I N N	8	21,6	3.	N N Pr Adj N N	6	16,25
4.	Adj N N N Adj N	8	21,6	4.	N N prep N N conj N N	4	10,8
5.	Adj N Adj N Adj N	1	2,7	5.	N N conj N N prep Adj N	4	10,8
Итого:		5 структ. типов 37 ед.	100	6.	P I I N conj Adj N prep Num prep Adv N	2	2,7
				7.	N prep N N Adj N conj N	1	2,7
				8.	Abbr prep Adj conj Adj N prep P I I N	1	2,7
				9.	Adj N prep Adj N conj N prep N	1	2,7
				10.	Adj N prep N Adj N conj N	1	2,7
				11.	N Adj N prep N N N	1	2,7
				12.	N N N prep Adj N	1	2,7
				13.	N N N Adj N N	1	2,7
				14.	N N conj V prep N N N	--	--
				15.	Adj N conj V prep N N N	--	--
				16.	N N P I prep N N N	1	2,7
				17.	Adj N P I prep N N N	1	2,7
Итого:						15 структ. типов 37 ед.	100

Исходя из данных Таблицы 1, в исследуемом материале было выявлено в английском языке 5 структурных типов. Наиболее продуктивным структурным типом является NN Adj NNN, что составило 29,8% (11 ед.) от общего количества шестикомпонентных ТС (37 ед.). Например: англ. probe-type magnetic-field flow detector (‘феррозондовый дефектоскоп’). В русском языке было найдено 15 структурных типов. Наиболее продуктивным оказался структурный тип N Adj NN Adj N, что составило 18,9% (7 ед.) от общего количества шестикомпонентных ТС (37 ед.). Например: русск. анализ нелинейных систем методом малого параметра. Сопоставимых структурных типов в выше указанных языках не было найдено. Таблица 2 содержит анализ данных структурных типов по способу соединения их компонентов в двух языках:

Табл. 2. Анализ шестикомпонентных ТС по способу соединения компонентов в английском и русском языках

№	Модели	Английский язык		Русский язык	
		%	Кол-во структ. типов	%	Кол-во структ. типов
1.	Беспредложные	60	3	27	4
2.	Предложные	20	1	27	4
3.	Комбинированные	20	1	46	7
	Итого: 3 модели	100	5	100	15

Исходя из данных Таблицы 2, шестикомпонентные ТС по способу соединения компонентов можно разделить на 3 группы, а именно:

- группа беспредложных моделей;
- группа предложных моделей;
- группа комбинированных моделей.

В английском языке наиболее продуктивной моделью является беспредложная модель, что составило 60% (3 структурных типа) от общего количества структурных типов шестикомпонентных ТС (5 структурных типов). Например: англ. positive displacement fluid power prime mover (‘объемный гидродвигатель’).

Предложные и комбинированные модели шестикомпонентных ТС представлены незначительным количеством в ТСК в английском языке. В русском языке наиболее продуктивной моделью является комбинированная, что составило 46 % (7 структурных типов) от общего количества структурных типов шестикомпонентных ТС (15 структурных типов). Например: русск. автоматизация компоновки и выпуска программ в аппаратно-программном блоке. Предложные и беспредложные модели представлены незначительным количеством в ТСК в русском языке.

Таким образом, в английском и русском языках в терминологии кибернетики было выявлено 5 и 15 структурных типов шестикомпонентных ТС соответственно. Наиболее продуктивным типом в английском языке является NN Adj NNN и в русском языке – N Adj NN Adj N. В английском языке наиболее продуктивной моделью является беспредложная модель соединения компонентов, в то время как в русском языке – комбинированная.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алесенко, Т. А. Особенности формирования современных межотраслевых терминологий (на материале сопоставительного анализа терминологии воды в английском и русском языках) : автореф. дис. ... канд. филолог. наук / Т. А. Алесенко. – Москва, 2000. – 30 с. – Текст: непосредственный.

2. Вайнштейн, М. А. Сопоставительный анализ лексикографической терминологии в английском и русском языках : автореф. дис. ... канд. филолог. наук / М. А. Вайнштейн. – Москва, 2000. – 27 с. – Текст: непосредственный.

3. Володина, М. Н. К вопросу о терминономинии / М. Н. Володина. – Текст: непосредственный // Научно-техническая терминология. – Москва, 2000. - Вып. 1. – С. 36-37.

4. Даниленко, В. П. Русская терминология / В. П. Даниленко // Опыт лингвистического описания. – Москва : Наука, 1977. – 246 с. – Текст: непосредственный.

5. Суперанская, А. В. Общая терминология : терминологическая деятельность / А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Н. В. Васильева. – Москва : Наука, 1993. – 246 с. – Текст: непосредственный.

6. Щеколдина, Л. В. Комплексный сопоставительный анализ английской и русской офтальмологической лексики : автореф. дис. ... канд. филолог. наук / Л. В. Щеколдина. – Москва, 2006. – 27 с. – Текст: непосредственный.

7. Bryson, V. The mother-tongue / V. Bryson. – New York : Avon Books, 1994. – 645 p. – Direct text.

COMPARATIVE ANALYSIS OF SIX-COMPONENT TERMINOLOGICAL WORD COLLOCATIONS IN THE TERMINOLOGY OF CYBERNETICS IN ENGLISH AND RUSSIAN

Author: Bragina E.R., PhD, Associate Professor, Head of Department of the English language for economic specialisms, Head of Centre of foreign languages, faculty of foreign languages, Donetsk National University.

Abstract: six-component terminological word collocations in the terminology of cybernetics in English and Russian are analyzed, described and classified in the given article. The most productive ones are found, the models of component combinations are described.

Keywords: comparative analyses, terminological word collocation, terminology of cybernetics, structural type, productivity.

ИССЛЕДОВАНИЕ РОЛИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ

Буторина М.Н., студент

ФГБОУ ВО «Череповецкий государственный университет», г. Череповец

Аннотация: в статье приводятся результаты проведенного исследования в студенческой среде о роли изучения английского языка в профессиональной деятельности, приводятся количественные данные, выводы.

Ключевые слова: английский язык, исследование, роль, обучение, студенты.

В условиях современной глобализации роль английского языка во всем мире стремительно возрастает. В рамках изучаемой темы было проведено исследование, опрос в социальных сетях, где проведен анализ мнения студентов высших учебных заведений о значимости английского языка в профессиональной деятельности и повседневной жизни.

Исследование проводилось в период марта 2020 года, в опросе приняли участие студенты из следующих городов: Череповец (Череповецкий государственный университет), Санкт-Петербург (Санкт-Петербургский политехнический университет им. Петра Великого, Санкт-Петербургский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» имени В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения, Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I, Санкт-Петербургский горный университет, Санкт-Петербургский государственный экономический университет) и г. Орел (Орловский юридический институт Министерства внутренних дел Российской Федерации имени В.В. Лукьянова). В ходе исследования было опрошено 100 студентов: 59 человек из них Череповецкого Государственного университета, 40 человек – студенты петербургских ВУЗов, 1 человек – из г. Орел.

На вопрос «Как Вы относитесь к английскому языку?» 93 студента из опрошенных (97,9%) дали положительный ответ, только 2 человека отвечают отрицательно. Подавляющее число студентов изучают английский язык более 10 лет (44%), 28% студентов изучают язык на протяжении от 5 до 10 лет, 13% изучат язык на протяжении от 3 до 5 лет, 10% – на протяжении от 1 года до 3 лет, и лишь 3% студентов изучают язык менее 1 года.

По общеевропейским стандартам принято выделять 6 уровней владения английским языком: Beginner, Pre-Intermediate, Intermediate, Upper-Intermediate, Advanced, Proficiency. Наибольшее количество студентов определяют свой уровень как Pre-Intermediate (41%), также 23% респондентов относятся к уровню Intermediate, 22% – определяют свой уровень как Upper-Intermediate. 2 подгруппы по 5% респондентов относятся к уровням Beginner и Advanced соответственно. Рисунок 1 дает представление о том, где студенты изучают английский язык.

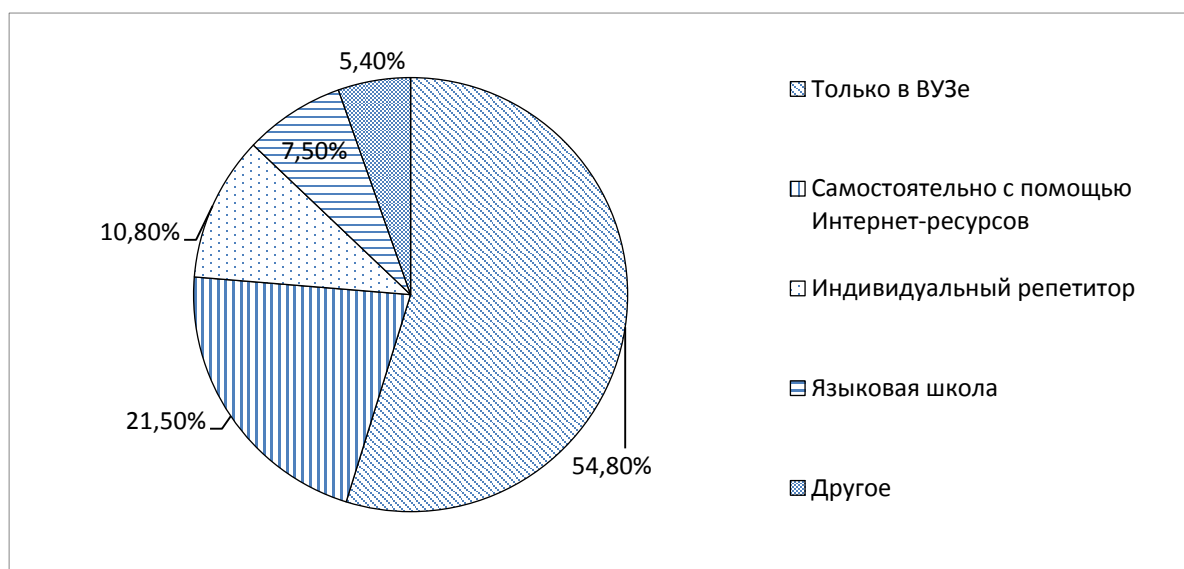


Рис. 1. Места, где студенты изучают английский язык

Подавляющее большинство опрошенных изучает английский язык только в ВУЗе (54%). Второй по популярности ответ – самостоятельное изучение английского языка с помощью Интернет-ресурсов (23%). Также преобладают варианты изучения языка с индивидуальным репетитором и в языковой школе. Говоря о важности английского языка в профессиональной деятельности опрошенных студентов, большинство дает положительный ответ – английский язык важен для будущей профессии (87%). Несмотря на то, что опрошенные изучают английский язык, прозвучали и отрицательные ответы о важности его в профессиональной деятельности (12%) (см. рисунок 2).

Далее респондентам предлагалось ответить на вопрос «Пользуетесь ли Вы английским языком в повседневной жизни?» (см. рисунок 3).

Наибольшее количество студентов выбрали ответ «иногда» (32%), также 28% опрошенных редко используют английский язык в повседневной жизни, 21% – часто использует, 10% респондентов не используют английский язык никогда в повседневной жизни, и лишь 7% прибегают к его помощи всегда.

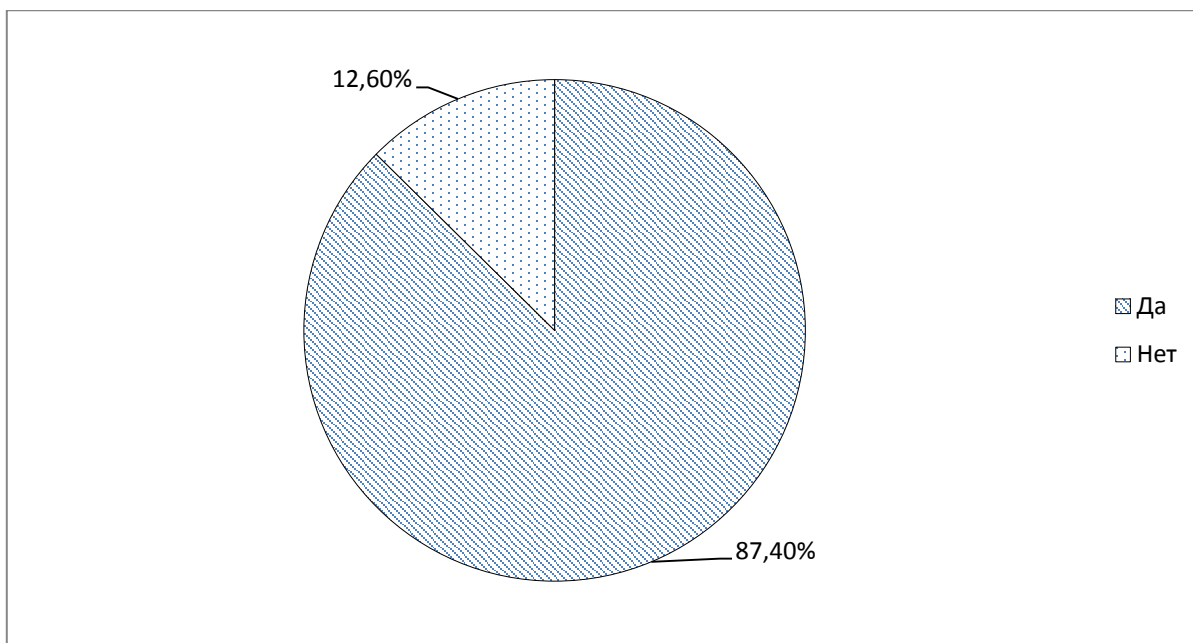


Рис. 2. Соотношение положительных и отрицательных ответов о важности английского языка в профессиональной деятельности

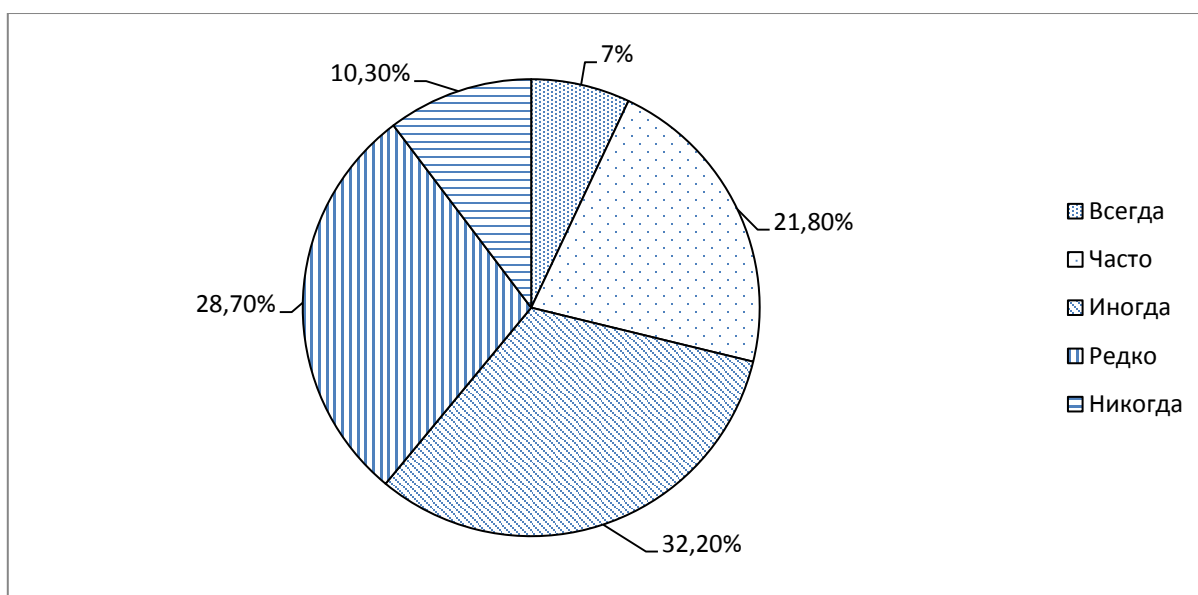


Рис. 3. Частота использования английского языка в повседневной жизни

Проведенный опрос подтвердил важность изучения английского языка для опрошенных студентов. Большая часть студентов, принявших участие в исследовании, изучает английский язык, понимает, что он играет значимую роль для будущей профессии и жизни в целом.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Актуальность владения иностранным языком в современном мире. – URL : <https://moluch.ru/archive/137/38511/>. – Текст: электронный.

2. Иностранный язык как средство профессионально-личностного обучения. – URL : [https://cyberleninka.ru /article/n/inostrannyy-yazyk-kak-sredstvo-professionalno-lichnostnogo-obuchen-iya/ viewer](https://cyberleninka.ru/article/n/inostrannyy-yazyk-kak-sredstvo-professionalno-lichnostnogo-obuchen-iya/viewer). – Текст: электронный.

Научный руководитель: Крылова Н.П., доцент

STUDY OF THE ROLE OF THE ENGLISH LANGUAGE IN THE PROFESSIONAL ACTIVITY OF STUDENTS

Author: Butorina M.N, student, lady.mar-bu2015@yandex.ru

Research supervisor: Krylova N.P, associate professor of Cherepovets State University.

Abstract: the article presents the results of the study concerning the role of learning English in students' professional activity, it provides quantitative data and conclusions.

Keywords: English, research, role, training, students.

372.881.111.1

КОММУНИКАТИВНАЯ МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Герасименко Е.Е., преподаватель

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотация: В статье предпринята попытка отразить предпосылки возникновения новой методики преподавания иностранного языка. Анализируются базовые принципы нового метода, их практическое применение, эффективность. Выделяются и описываются особенности применения новых методов на практике.

Ключевые слова: Коммуникативная компетентность, грамматическая компетентность, навык, коммуникация.

Студенты стали четко осознавать, что в современном мире знание иностранного языка считается нормой для успешных, целеустремленных, амбициозных людей. Нередко работодатели настаивают на том, чтобы их сотрудники могли свободно изъясняться на иностранном языке, считая это необходимым условием для построения успешной карьеры. Постоянно растущая потребность в умении правильно и свободно общаться на иностранном языке, привела к огромному спросу на квалифицированных преподавателей, способных обеспечить потенциальному студенту эффективную методику обучения иностранному языку.

Как правило, студенты сами сознательно ставят перед собой сложные задачи, они хотят говорить грамотно, т.е. приобрести такое качество как ассурасу, ведь это основной навык, поскольку языковой барьер чаще всего развивается от того, что человек боится допустить ошибку в разговоре. Также они хотят научиться говорить бегло, т.е. приобрести fluency – быстроту формулирования мысли и правильность ее оформления. Классические схемы обучения иностранному языку нередко доказывали свою несостоятельность, поэтому в 1970-х появилась новая методика, названная коммуникативной. Предпосылкой к возникновению этой методики стала неэффективность классического подхода к изучению иностранного языка, в котором базовым навыком считалось приобретение грамматической компетенции, т.е. умения составлять правильно предложения из нужных частей речи, используя при этом правильные видовременные формы. Практика навыка грамматической компетенции, в основном применялась на материале учебных пособий, где на одной странице были правила, а на другой многочисленные тексты с однообразными заданиями: чтение, перевод, пересказ. Единицей анализа и закрепления навыка всегда было предложение. Однако в современных реалиях невозможно овладеть навыком беглой речи, отдавая приоритет исключительно грамматической компетенции. Построение конструктивного общения – это прерогатива применения навыка коммуникативной компетенции. Термин «коммуникативная компетенция» (communicative competence [латинское *competentia*, от *compeo* – добиваюсь, соответствую, подхожу]) введен американским антропологом Д. Хаймсом [1, с.130-132], считавшим, что высказыванию присущи свои правила, которым подчиняются правила грамматики и усвоение которых обеспечивает способность пользоваться языком в процессе коммуникации. По мнению профессора Д. С. Ричардса, коммуникативная компетенция подразумевает знание и умение применять язык для различных целей и функций, понимание как можно разнообразить практическое применение языковых конструкций в зависимости от обстановки и аудитории, способность понимать и плодотворно работать с любым текстом, также умение отражать свои мысли в письменной форме.

Пионером в области коммуникативной методики принято считать лингвиста Д. Уилкинса, который впервые обратил внимание на то, какие понятия язык выражает и какие коммуникативные функции люди выполняют с его помощью, а именно: инициировать и вступать в контакт, вести полноценную беседу, кратко и точно выражать свои мысли, слышать и понимать собеседника. Основным требованием для эффективного изучения иностранного языка считается вовлечение студента в реальную ситуацию общения, в которой успешное достижение цели общения также важно, как и правильность грамматических конструкций. Таким образом, ролевые игры, имитации реальных ситуаций становятся одним из самых популярных приёмов в коммуникативной методике. Тем не менее, для достижения макси-

мальной эффективности коммуникации необходимым условием является желание студента общаться, т.е. у него должна быть определенная цель, например, разъяснить свою позицию, высказать свою точку зрения или более простое задание: купить билет, сделать заказ, спросить адрес. При этом студент должен сконцентрироваться в большей степени на содержании своего высказывания вместо того, чтобы ограничиваться какой-то конкретной грамматической формой. Приветствуется использование разнообразных языковых форм. Преподаватель при этом не вмешивается, чтобы остановить этот вид деятельности, раздаточные материалы, используемые в этом задании, не предполагают обязательное применение какой-либо конкретной грамматической формы. Основным стимулом достижения цели коммуникации является желание заполнить информационный пробел, для достижения этой цели студенту придется приложить усилия, чтобы получить желаемый результат. Однако не стоит забывать и том, что коммуникативная методика нередко подвергалась критике за то, что ради достижения быстроты высказывания, студент пренебрегает правилами грамматики, а так как вмешательство преподавателя в процесс общения минимально, то прогресс у студента будет исключительно в плане расширения запаса активной лексики. С момента своего возникновения в 1970-х коммуникативная методика прошла несколько этапов: на начальном этапе создавался учебный план и разрабатывался подход по формированию коммуникативной компетенции.

Целевая установка на коммуникативную компетенцию сместила традиционный акцент с грамматической компетенции на функциональное использование языка в речевых ситуациях в качестве основы обучения, коммуникативный подход нашел свое отражение в различных видах деятельности: организованная работа в группах, работа с определёнными заданиями, моделирование ситуаций с целью преодоления языкового барьера. На данный момент коммуникативная методика преподавания иностранного языка представляет собой систему базовых принципов, которые можно варьировать, видоизменять в соответствии с потребностями определённого студента, обеспечивая высокую результативность.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бочарникова, М. А. Понятие «коммуникативная компетенция» и его становление в научной среде / М. А. Бочарникова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2009. – № 8. – С. 130-132.

2. Мильруд, Р. П. Современные концептуальные принципы коммуникативного обучения иностранным языкам / Р. П. Мильруд, И. Р. Максимова. – Текст: непосредственный // Иностранные языки в школе. – 2000. – № 4. – С. 9-16.

3. Пассов, Е. И. Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению / Е. И. Пассов. – Москва : Просвещение, 1991. – 223 с. – Текст: непосредственный

4. Harmer, J. The Practice of English Language Teaching / Jeremy Harmer. – England : Pearson Longman, 2007. – 448 p. – Direct text.

5. Richards, J. C. Communicative Language teaching today / Jack C. Richards. – Cambridge : Cambridge University Press, 2006. – 47 p. – Direct text.

COMMUNICATIVE METHOD IN TEACHING A FOREIGN LANGUAGE

Author: Gerasimenko E.E., teacher, iya-rosh@yandex.ru

Abstract: The article attempts to reflect the prerequisites for the emergence of a new methodology for teaching a foreign language. The basic principles of the new method, their practical application, effectiveness are analyzed. The features of the application of new methods in practice are highlighted and described.

Keywords: Communicative competence, grammatical competence, skill, communication.

УДК 81'373.2: 81.38 =811.161.1=821.111

АЛЛЮЗИИ ОБЩЕКУЛЬТУРНОГО ХАРАКТЕРА КАК ОСНОВА МОТИВАЦИИ НАЗВАНИЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

*Дубровкина И.Ю., преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк*

Аннотация: статья посвящена рассмотрению различных типов внетекстовых аллюзий, от которых зависит характер сведений, необходимых для понимания смысла заглавия литературных произведений с ассоциативной затекстовой мотивацией.

Ключевые слова: литературное произведение, заглавие, библионим, ономастическое пространство; внетекстовые аллюзии, номинация, литературные ассоциации.

Заглавие (в дальнейшем мы будем использовать термин «библионим» [4, с.42]) является центром ономастического пространства литературного произведения. Оно, так или иначе, соотносится с содержанием всего произведения, органически связано с идейно-тематической, жанрово-поэтической, художественно-изобразительной сторонами произведения, с позицией автора, его оценками, ассоциативно-смысловым и культурно-историческим полем, в котором создается и живет произведение. Характер сведений, необходимых для понимания смысла библионима с ассоциатив-

ной затекстовой мотивацией, зависит от того, какой тип внетекстовых аллюзий преобладает в конкретном случае:

– учитывающий отношения произведения с другими эстетическими объектами в общекультурном пространстве, в том числе литературными; демонстрирующий тесную связь названия с национально-культурным контекстом, указывающий на его социально-культурные связи;

– сигнализирующий факт его вхождения в индивидуально-творческую парадигму отдельного автора.

Номинация, базирующаяся на установлении ассоциативных связей элемента образной системы с историко-культурными реалиями и образами универсального характера, является одним из наиболее частотных способов образования заглавий с затекстовой мотивацией. Частной разновидностью названий такого рода являются номинации, содержащие во «внутренней форме» указание на живописный или музыкальный образ, явившийся толчком для написания произведения. Сюда же относятся:

– названия, связанные с библейской проблематикой, раскрывающие глубинный смысл фрагментов текстовой информации на основе их соотношения с образами, почерпнутыми из Нового и Ветхого Заветов: «Жертва вечерняя» (А. Белый), «Блудный сын» (В. Брюсов), «Хождение по мукам» (А. Толстой), «Лето Господне» (И. Шмелев); «Волки и овцы» (А. Островский), «Воскресение» (Л. Толстой). В ряде случаев в функции заглавия используются прямые цитаты из Библии или молитвенных текстов, что создает особую тесноту ассоциативного ряда: «Да не в суд или в осуждение» (А. Белый); «Время собирать камни» (В. Солоухин) – из Книги Екклесиаста (3:5). Можно привести немало примеров названий, цитирующих Библию, в англоязычных литературных произведениях: «Pale Horse» (А. Кристи) – Apocalypse, «The Power and the Glory» (Гр. Грин) – строки молитвы «Отче наш», «The Way of All Flesh» (С. Батлер) – парафраз библейского выражения «the way of all the earth»; «Vile Bodies» (И. Во) – слова из библейского послания к Филиппийцам; «Сними обувь твою» (Э. Л. Войнич) – слова из главы V Ветхого Завета (Призвание Моисея, Исх. 3:4-5): "Моисей! Моисей!.. не подходи сюда; сними обувь твою с ног твоих, ибо место, на котором ты стоишь, есть земля святая";

– заглавия, мотивация которых основана на использовании аллюзий мифологического характера, в том числе за счет непосредственного указания на античные образы и персонажи: «Нить Ариадны», «Орфей и Эвридика», «Одиссей», «Тезей» (В. Брюсов), «Пан и Психея», «Нарцисс», «Тризна Диониса» (В. Иванов); «The Labours of Hercules» («Подвиги Геракла») А. Кристи (названия глав данного произведения соответствуют подвигам Геракла, например, «The Nemian Lion» («Немейский лев»), «The Stymphalean Birds» («Стимфалийские птицы»), «The Cretan Bull» («Критский бык»), «The Girdle of Hippolyta» («Пояс Ипполиты»), «The Flock of Geryon» («Стадо Гериона») и т.д.). При этом не исключена возможность

того, что заглавный образ относится к числу действующих персонажей произведения, однако чаще названия этого типа базируются на метафорическом сближении элемента текстовой информации – персонажа или темы произведения (связь с текстом, как правило, имплицитна) с образом, обладающим мифологической или литературной ассоциативной перспективой.

В ряде случаев частичное раскрытие метафоры происходит в самом заглавии на основе введения традиционных образов в синтагму с определительным значением; определение носит уточняющий характер и является одним из средств создания установки на переосмысление образа: «Степной Король Лир», «Фауст», «Гамлет Шигровского уезда» (И. Тургенев), «Леди Макбет Мценского уезда» (Н. Лесков); «Помпадуры и помпадурши» (М. Салтыков-Щедрин).

Особый вид затекстовой мотивации представлен в заглавиях с сознательно созданной поэтической, литературной этимологией. Литературные ассоциации входят в качестве дополнительных компонентов в содержание заглавия, если:

– происходит переосмысление существовавших ранее заголовков целиком, что создает полемический оттенок в содержании более позднего произведения или приводит к восприятию его как своеобразного продолжения темы, открытой предшественниками: «Лиза, или торжество благодарности» (Н. Ильин), «Лиза, или Последствия гордости и обольщения» (В. Федоров) – ср. «Бедная Лиза» (Н. Карамзин); «Еще Руслан и Людмила» (М. Логинов) – ср. «Руслан и Людмила» (А. Пушкин); «Три тысячи и три сестры» (В. Маяковский) – ср. «Три сестры» (А. Чехов);

– используются элементы, отдельные образы ранее написанных художественных произведений; заимствованные из другой образной системы, они сохраняют тесные ассоциативные связи с произведением-источником, создавая условия для расширения семантической перспективы заглавия: «Невидимые миру слезы» (А. Чехов) – ср. «Мертвые души» (Н. Гоголь); «Трихины» (М. Волошин) – ср. «Преступление и наказание» (Ф. Достоевский); «Шаги командора» (А. Блок) – ср. «Дон Жуан» (А. Пушкин); «Тройка, семерка, туз» (В. Тендряков) – ср. «Пиковая дама» (А. Пушкин);

– при наименовании произведения (прозаического или драматического) используются прямые цитаты из литературных (поэтических) источников: «Белеет парус одинокий» (В. Катаев) – из «Парус» (М. Лермонтов), «Ночевала тучка золотая...» (А. Приставкин) – из «Утес» (М. Лермонтов), «И дольше века длится день...» (Ч. Айтматов) – из «Единственные дни» (Б. Пастернак), «Vanity Fair» («Ярмарка тщеславия») (У. Тэккерей) – из «Путь паломника» (Джон Беньян); «Far from the Madding Crowd» («Вдали от обезумевшей толпы») (Т. Харди) – строка из «Элегии, написанной на сельском кладбище» поэта XVIII века Томаса Грея; «Pride and Prejudice» («Гордость и предубеждение») Д. Остин – цитата из V главы романа Фанни Берни «Цецилия» (Cecilia), написанного в 1782 г.: "The whole of this un-

fortunate business,” said Dr Lyster, “has been the result of Pride and Prejudice... Yet this, however, remember; if to Pride and Prejudice you owe your miseries, so wonderfully is good and evil balanced, that to Pride and Prejudice you will also owe their termination...”

Одной из причин появления в содержании названия литературного произведения коннотативных смыслов предикатного свойства является его полное совпадение по форме с другим названием. В большинстве случаев идентичные по форме заглавия возникают в результате сознательного акта художественного творчества, имеющего своей целью демонстрацию общности нескольких произведений, намеренное вызывание поэтических аллюзий: «Бесы» – А. Пушкина и Ф. Достоевского; «Медный всадник» А. Пушкина и В. Иванова; «Обыкновенная история» – И. Гончарова и В. Кожевникова. Однако, ассоциативные связи между названиями произведений с одинаковой «внутренней формой» неизбежно возникают в ходе их восприятия, даже если изначально это не входило в намерения автора-номинатора [1, с.293].

Формальное совпадение заглавий представляется аналогичным явлению тезоименности в сфере имен собственных [5]; в данном случае идентичные номинации употребляются в рамках некоторого культурного пространства в связи с разными художественными объектами. Наиболее часто причинами появления заглавий-тезонимов является:

– общность элементов содержательно-фактуальной информации, закрепленных во «внутренней форме» названия (чаще всего это обозначение темы или персонажей): «Русь» А. Блока, А. Белого и С. Есенина; «Родина» М. Лермонтова, А. Белого и М. Цветаевой, В. Набокова; «Деревня» И. Бунина, Д. Григоровича и А. Белого;

– закрепление во «внутренней форме» заглавия указания на идентичные формальные признаки произведений, их жанровую принадлежность: «Стансы» - А. Пушкина, М. Лермонтова и Н. Гумилева; «Элегия» - А. Пушкина и И. Бродского; «Дума» – М. Лермонтова и Н. Некрасова.

Таким образом, в заглавии с ассоциативной мотивацией указание на некоторый фрагмент произведения производится опосредованно, путем установления его связей с разноплановыми внешними по отношению к системе произведения объектами [3]. Одновременное указание на текстовые и внетекстовые элементы в заглавиях такого рода является основой их повышенной информативности и создает условия для предикатного осложнения номинации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – Москва : Искусство, 1986. – 445 с. – Текст : непосредственный.
2. Кухаренко, В. А. Интерпретация текста / В. А. Кухаренко. – Москва : Просвещение, 1988. – 192 с. – Текст : непосредственный.

3. Остапчук, О. А. Название литературного произведения как объект номинации (на материале русской, польской и украинской литератур XIX-XX вв.) : 10.02.03 : автореф. дис. ... канд. филолог. наук / О. А. Остапчук. – Москва, 1998. – 26 с. – Текст : непосредственный.

4. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – Москва : Наука, 1988. – 187 с. – Текст : непосредственный.

5. Суперанская, А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – Москва : ЛИБРОКОМ, 2009. – 368 с. – Текст : непосредственный.

ALLUSIONS OF GENERAL CULTURAL CHARACTER AS THE BASIS OF MOTIVATION OF TITLES OF ENGLISH AND RUSSIAN LITERARY WORKS

Author: Dubrovkina I.Yu., teacher, Donetsk National University.

Abstract: the article is devoted to the review of various types of extra-textual allusions, on which the nature of the information necessary to understand the meaning of the title of literary works with associative extra-textual motivation depends.

Keywords: literary work, title, biblionym, onomastic area; associative extra-textual motivation, extra-textual allusions, nomination, literary identification.

УДК 81-139

МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ

*Ещенко Л.В., Писаревская М.М., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк*

Аннотация: Статья посвящена проблемам изучения факторов мотивации студентов. В статье представлен анализ подходов к мотивации студентов, сформулированы рекомендации и советы для преподавателей с целью повышения результативности и продуктивности процесса обучения.

Ключевые слова: факторы мотивации, профессионально-обусловленная стратегия, личностно-ориентированная стратегия, самомотивация, учебный процесс.

Среди различных проблем, с которыми преподаватели обычно сталкиваются, существует одна, занимающая ведущее место, – мотивация студентов. Вы наверняка часто задавались вопросом, почему некоторые сту-

денты активно участвуют в работе во время занятия, лучше подготовлены к диалогу, задают больше вопросов и, вообще, более активны, чем другие. В ком дело: в них или в вас? Некоторые студенты от природы более любознательны и наделены желанием учиться. Однако большинство современных студентов ожидают, что преподаватель вдохновит их на учебу. «Эффективное обучение в аудитории зависит от способности преподавателя... поддерживать интерес к изучаемому предмету» [1; 3]. Хорошая мотивация порождает хорошее и продуктивное обучение. Студентам необходимо знать и понимать цель обучения и ощущать положительные эмоции. Некоторые преподаватели являются хорошими мотиваторами, а другим необходима помощь в достижении того, как вдохновить студентов. Мотивация студентов заключается в их желании быть частью учебного процесса. Студенты не одинаково мотивированы к обучению, и источники их мотивации могут быть совершенно разными. Мотивация является таким же важным фактором, как и дисциплина.

Несмотря на различные способы мотивации студентов, не существует единой волшебной формулы успеха. Очень многие факторы влияют на мотивацию определенного студента к учебе и работе: «интерес к самому предмету, восприятие, общее желание чего-то достичь, самоуверенность и самооценка, так же как терпение и настойчивость. И, конечно, не все студенты могут быть мотивированы одними и теми же ценностями, требованиями и желаниями. Для некоторых из ваших студентов может быть важно одобрение других, для некоторых – преодоление трудностей» [2, с.38].

Проанализировав различные методы мотивации, мы определили два вида возможных стратегий: первая, которую можно назвать «профессионально-обусловленная», обусловлена квалификацией преподавателя, где большое значение имеет профессиональная сторона процесса обучения, а вторая – «лично-ориентированная», которая во многом опирается на квалификацию преподавателя, где личные качества и подход играют значительную роль. А теперь давайте более детально рассмотрим вышеупомянутые стратегии. Многие методисты начали обращать внимание на факторы и аспекты, которые улучшают и усиливают самомотивацию студентов. Чтобы заставить студентов быть самомотивированными, преподаватели могут сделать следующее:

Профессионально-обусловленная стратегия

– Постройте ваш процесс обучения и стратегию на существующих потребностях студентов. Студенты учатся лучше, если стимул для обучения в аудитории отвечает их личной мотивации. Некоторые потребности, которые студент может принести с собой в аудиторию, это – узнать что-то для выполнения определенной задачи или деятельности, необходимость получить новый опыт, улучшить свои навыки, преодолеть какие-то трудности, стать более компетентным, преуспеть в чем-то и выполнять работу на хорошем уровне, чувствовать себя вовлеченным в какой-либо процесс, а

также взаимодействовать с другими людьми. Удовлетворение таких потребностей является само по себе вознаграждением, и такие награды помогают учиться эффективнее, чем хорошие оценки.

– Работайте, отталкиваясь от способностей студентов и их интересов. Выясните, как они относятся к предмету и каковы их ожидания. Затем попытайтесь разработать примеры, тематические задания, которые связывают содержание курса с интересами и опытом студентов.

– Разработайте задания, аудиторную деятельность и вопросы для обсуждения, соответствующие перечисленным потребностям. Старайтесь, чтобы студенты шли в ногу со временем, предоставляя им свежие разработки по предмету. Давайте студентам статьи и современную информацию, связанную с интересующей их темой.

– Подготовьте такие виды деятельности, в которых бы студенты работали сообща. Пусть ваши студенты работают в командах над проектами, которые позволяют проводить исследование. Тщательно продумайте разбивку своих студентов на группы, чтобы мотивировать студентов работать лучше.

– Делайте студентов активными участниками процесса обучения. Студенты учатся путем выполнения каких-то заданий, написания, проектирования, создания и решения. Пассивность сильно снижает мотивацию и любознательность студентов. При постановке проблемы задавайте вопросы, но не облегчайте им задания, давая подсказки. Поощряйте их предлагать подходы к решению проблемы или получать результаты эксперимента. Для этого используйте работу в небольших группах.

– Обеспечьте возможности для успехов и прогресса студентов, ставя перед ними задачи, которые не являются ни слишком простыми, ни слишком сложными. Увеличивайте сложность по мере прохождения материала. Дайте возможность студентам почувствовать успех в начале семестра. Если студент увидел, что он справляется с задачей, вы можете постепенно повышать уровень сложности его заданий. Если задания или экзамен включают более легкие или более сложные вопросы, у каждого студента есть возможность почувствовать успех или же испытать трудности.

– Меняйте свои методы обучения. Разнообразие пробуждает вовлеченность студентов в курс обучения и их мотивацию. Преодолейте рутину, включив в программу разнообразные учебные мероприятия и методы: ролевые игры, дебаты, мозговой штурм, дискуссии, демонстрации, тематические исследования, аудиовизуальные презентации или работу в малых группах.

– Придерживайтесь высоких, но реалистичных ожиданий в отношении ваших студентов. Если вы ведете себя так, как будто ваши студенты мотивированы, трудолюбивы и заинтересованы в предмете, то они, возможно, и будут такими. Реально оценивайте своих студентов при выполнении заданий, проведении презентаций, обсуждениях и экзаменах. «Реальный» в данном контексте означает, что ваши стандарты достаточно высоки

для мотивации студентов выполнять свою работу лучше, но не настолько высоки, чтобы студенты были разочарованы в попытках оправдать эти ожидания. Чтобы развить стремление к достижению, студенты должны верить в то, что достижения возможны - а это означает, что вы должны предоставлять возможности для достижения успеха на ранней стадии.

Личностно-ориентированная стратегия

– Давайте своевременные, всесторонние и положительные отзывы, которые укрепляют веру студентов в то, что они могут добиться хороших результатов. Если вы не можете положительно оценить работу студента, дайте полный, подробный анализ ошибок, которые были сделаны, чтобы убедиться, что они не будут повторяться в будущем.

– Создайте дружескую и открытую атмосферу, т.к. студенты лучше учатся, а преподаватели лучше работают в ауре положительных эмоций. Аудитория – это хорошее место, чтобы начать с создания вдохновляющей атмосферы. Оставаясь позитивным и концентрируясь на достижениях, студенты будут мотивированы и помогут создать взаимное уважение к каждому человеку и к обучению.

– Имейте собственное мнение и удостоверьтесь, что вы выражаете его надлежащим образом. Избегайте слишком многословных разговоров и/или излишней самоуверенности. Вы должны преподносить себя как информативного, умного человека, который не боится высказывать свое мнение, а не как высокомерного и эгоцентричного человека.

– Показывайте энтузиазм и заинтересованность в обучении. Будьте увлечены тем, что вы преподаете. Даже если студенты не заинтересованы в вашем предмете, ваши манеры и стиль поведения должны вызывать у них интерес. Если вы считаете тему, которую вы преподаете, скучной, то и студенты будут считать так же. Поэтому найдите какие-нибудь креативные способы для ее подачи.

– Будьте энергичны, так как студентам труднее заснуть, если преподаватель стучит кулаком по парте (но это не является нашей рекомендацией). Вы должны преподносить свой предмет и себя должным образом.

– Установите разумные правила относительно поведения и процесса обучения. На мотивацию сильно влияет дисциплина. Соблюдайте дисциплину, чтобы минимизировать конфликт.

– Заведите правило публично хвалить студентов за их достижения. Хвалите студентов пропорционально и в соответствии с хорошо выполненной работой. Награды и похвалу не стоит раздавать направо и налево, напротив, они должны быть избирательными и уместными, чтобы мотивировать студентов.

– Похваляйтесь немного, но не слишком сильно. Вам надо убедить студентов, что вас стоит послушать, особенно если вы пытаетесь мотивировать их в вашей области обучения. Вы должны проявить свои таланты. Вы не просто преподаватель, вы действительно и по-настоящему хороши в

том, что вы делаете. Это похоже на то, как бы вы представляли себя во время собеседования.

– Выясните мнения студентов. Спрашивайте их, каково их видение определенных вопросов. В этом случае студенты понимают, что их мнение важно.

Большинство студентов положительно отзываются о хорошо организованном курсе, преподаваемом энтузиастом, который проявляет неподдельный интерес к студентам и к тому, что они изучают. Таким образом, деятельность, которую вы ведете для того, чтобы заинтересовать студентов процессом обучения, также повысят мотивацию студентов. Но, несмотря на все эти возможно полезные советы, существует один, который преподавателю следует всегда иметь в виду: вы не можете достучаться до всех, будьте готовы к этому.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ericksen, S. The Lecture / S. Ericksen. – Direct text // Memo to the Faculty. University of Michigan. – 1998. – №. 60. – P. 2-17.
2. Gross Davis, B. Tools for teaching / B. Gross Davis. – Berkeley : University of California, 2004. – Direct text.

HOW TO MOTIVATE STUDENTS

Authors: Yescheko L.V., ylv77@mail.ru; Pysarevskaya M.M., Donetsk National University.

Abstract: The article is devoted to the study of motivating factors that influence students' involvement in class activities. It presents the analysis of approaches to students' motivation, recommendations and advice for teachers in order to enhance effectiveness and productivity of the educational process.

Keywords: motivating factors, professionally-designed strategy, personally-oriented strategy, self-motivation, class activity.

УДК 372.881.111.1

МЕТОДЫ РАБОТЫ В ГРУППАХ С РАЗНЫМ УРОВНЕМ ЯЗЫКА НА НЕЯЗЫКОВЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЯХ

*Жданова Н.А., доцент, канд. филолог. наук,
Трофимова П.А., преподаватель*

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотация: В статье предпринята попытка рассмотреть разные методы обучения студентов с разными уровнями знаний иностранного языка на

неязыковых специальностях. Выделены четыре основных вида работ: индивидуальная работа, работа в парах, группах и коллективная. Каждому из них дана краткая характеристика и освещение их сильных и слабых сторон.

Ключевые слова: Уровень знаний, неязыковые специальности, методы, иностранный язык, коммуникативные навыки.

В настоящее время, когда люди имеют возможность передвигаться по всему земному шару не только с целью путешествий, но и предлагая свои профессиональные знания различным компаниям или по обмену опытом, возникает необходимость владения иностранным языком, а значит его изучение. Особенно остро вопрос о знании иностранного языка стоит на неязыковых специальностях в высших учебных заведениях.

Одной из главных причин трудностей обучения иностранному языку на таких специальностях является кардинально разный уровень знаний студентов. Это зависит, с одной стороны, от уровня подготовки в школе, лицее или гимназии. Существенную роль здесь играет количество часов в неделю, а также специфика преподавания языка. С другой стороны, разный уровень обусловлен отсутствием оценивания знаний языка при поступлении в ВУЗ на неязыковые специальности, поскольку язык не является в данном случае профилирующим предметом. Кроме того разный уровень знаний может зависеть от ряда других субъективных причин, в том числе психологических особенностей студентов, и их способностей. Хотя преподаватели вузов и пытаются как-то нивелировать уровень знаний путем тестирования, однако добиться приблизительно одинаковых знаний все же не удастся, поэтому проблема подбора эффективной методики преподавания языка, которая удовлетворяла бы потребностям всей группы, является актуальной.

Вопросам методики преподавания иностранного языка в группах с разным уровнем знаний посвящены работы многих отечественных и зарубежных ученых. Однако все эти научные знания не всегда можно слепо применять в данном конкретном вузе. Во-первых, это обусловлено изменениями в рабочих программах в связи с сокращением или увеличением часов. Во-вторых, не все студенты отдельной группы во время учебного процесса усваивают знания одинаково, некоторые требуют индивидуального подхода к себе. Все это вместе взятое намного усложняет образовательный процесс и решение поставленных задач, поэтому в подобных группах с разным уровнем знаний часто возникают проблемы при обучении иностранному языку. Важнейшими среди них являются: материально-ресурсное обеспечение, подготовка заданий для проведения занятий, мотивирование студентов и активное их вовлечение в учебный процесс. Тем не менее, это не означает, что преподаватель должен заставлять слабых студентов принимать активное участие в работе на парах. Скорее преподаватель должен создать благоприятную среду для ведения образовательного

процесса так, чтобы слабо подготовленные студенты не комплексовали и сами захотели принимать участие в занятиях, не боясь делать ошибки. Таким образом, еще одной сложностью для преподавателя иностранного языка в группе с разным уровнем является организация работы студентов и повышение их мотивации к обучению. Преподавателю необходимо организовать работу аудитории таким образом, чтобы удовлетворить потребности и интересы студентов всей группы. То есть, преподавателю необходимо уделять одинаковое внимание как студентам с высоким уровнем владения языком, так и с низким. Само собой разумеется, что более активными на занятиях будут студенты, уровень языка которых выше, а студенты, имеющие более низкий уровень владения языком, будут чувствовать себя неуверенно и занимать более пассивную позицию в учебном процессе. Поэтому, для успешного проведения занятия в группах с разным уровнем языка преподавателю, прежде всего, необходимо создать дружественную и непринужденную атмосферу в группе, с целью привлечения студентов обоих уровней.

Исходя из вышперечисленного, преподаватель должен при планировании занятия в группе с разным уровнем знаний учитывать не только степень владения иностранным языком, но и психологию и потребности студентов. Конечно, наиболее идеальным было бы разделение студентов на уровневые подгруппы, а именно: сильную, среднюю и слабую. Тогда подбор уровневых заданий и упражнений можно формировать индивидуально для каждой подгруппы, чтобы они могли работать независимо друг от друга. Однако, во-первых, это не всегда удается осуществить, во-вторых, применение этого способа в высших учебных заведениях имеет ряд недостатков. Так студенты с низким уровнем знаний в таких группах могут испытывать дискомфорт и комплекс неполноценности, осознавая, что они слабее других, а студенты с лучшим уровнем знаний могут быть высокомерно относительно слабых. Это может привести к потере мотивации и интереса к изучению иностранного языка у студентов с низким уровнем знаний. Поэтому, составление рабочего плана и подбор материалов должны быть направлены на студентов среднего уровня владения иностранным языком. Таким образом, совместная коллективная работа группы позволит учесть индивидуальные потребности каждого студента в процессе обучения иностранному языку.

В тоже время, используя все имеющиеся материалы, преподаватель должен разумно организовать работу студентов на занятии. Для этого, рекомендуется применять следующие способы работы студентов на занятии по иностранному языку, а именно: индивидуальная работа, работа в парах, работа в группах, коллективная работа, использовать различные методы формирования пар и групп, а также разнообразить задачи и упражнения, которые должны быть выполнены. Рассмотрим подробнее каждый из этих методов работы.

Индивидуальная работа является достаточно эффективным способом распределения студентов на занятия по иностранному языку в группе с разным уровнем знаний, поскольку преподаватель может подготовить и подобрать каждому студенту индивидуальное задание согласно его уровню владения языком. В этом случае студент имеет возможность самостоятельно выбрать задание, уровень сложности которого он считает соответствующим своим знаниям. Поскольку текст задания понятен и не требует дополнительных объяснений, то и выполнять его студенты могут свободно без постоянного вмешательства и подсказок со стороны преподавателя. Преподаватель в это время может проконтролировать работу каждого студента в отдельности, поощряя его за старания и успехи.

Работа в парах – это способ организации работы студентов на занятии, благодаря которому развиваются коммуникативные умения. Дж. Белл предлагает два варианта распределения студентов по парам в группе с разным уровнем знаний: пара с разным уровнем (*heterogeneous*) и пара с одинаковым уровнем владения языком (*homogeneous*). В первом случае студентам выдаются задания разной степени сложности соответственно их уровню. Перед ними ставятся разные задачи: слабые студенты выполняют задание по предложенному образцу (давать краткие ответы, задавать стандартные вопросы и т.п.) В это же время к студентам с лучшим уровнем знаний применяются более высокие требования. Они должны давать полные ответы на вопросы и при этом помогать слабому студенту и исправлять его ошибки. В парах с одинаковым уровнем владения иностранным языком студенты получают равнозначные задания одинаковой сложности, направленные на развитие коммуникативных навыков, сюда входят диалоги, ролевые игры или интервью.

Следующий вид работ – это работа в группах, состоящих из шести и менее студентов. Такое количество студентов является наиболее оптимальной для эффективной работы всех членов группы и достижения коммуникативной компетенции, которая является основным принципом при изучении иностранного языка. Формирование групп аналогично формированию пар. Они также бывают двух типов *heterogeneous* и *homogeneous*, но наиболее эффективными считаются группы с разным уровнем знаний. Это можно объяснить тем, что коллективная работа создает позитивную благоприятную атмосферу в группе, которая особенно важна для слабых студентов. Слабые студенты в таких условиях не чувствуют себя ограниченными и могут проявлять инициативу, одновременно более сильные студенты могут развить свои организационные навыки. Как видим, коллективная деятельность способствует развитию и совершенствованию коммуникативных навыков, одни студенты повторяют пройденный материал, обогащают свой словарный запас, а другие совершенствуют свои знания. Важную роль при таком виде работы играет преподаватель, поскольку эффективность работы зависит от подбора и правильного распределения за-

даний, т.е. он должен подобрать задания таким образом, чтобы в группе были задействованы все студенты без исключения.

Еще один вид работ – это коллективный, т.е. когда образовательный процесс охватывает всю группу. Применять его рекомендуется в начале или конце занятия. В начале занятия этот вид работы обычно используется для вступительной беседы или введения в тему занятия, а в конце для подведения итогов. Хотя его можно использовать и как полноценный способ проведения занятий, например, при презентациях и проектах, где каждый студент несет ответственность за свою часть работы, соответствующую его уровню знаний. Коллективная работа развивает у студентов чувство ответственности за успех всей группы и учит их доверять друг другу.

Как мы видим, обучение студентов неязыковых специальностей с разным уровнем знания языка требует тщательной подготовки и особого подхода в организации работы на занятиях. Для достижения положительного результата при обучении иностранному языку в таких группах необходимо использовать различные методы и стремиться их усовершенствовать. Некоторые из них мы попытались кратко рассмотреть в данной статье, однако, необходимо дальнейшее изучение проблемы и поиск новых продуктивных методов обучения студентов в группах с разным уровнем подготовки.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Колеченко, А. К. Энциклопедия педагогических технологий : пособие для преподавателей / А. К. Колеченко. – Санкт-Петербург : КАРО, 2008. – 368 с. – Текст : непосредственный
2. Щукин, А. Н. Обучение иностранным языкам : Теория и практика : учеб. пособие для преподавателей и студентов / А. Н. Щукин. – Москва : Филоматис, 2004. – 480 с. – Текст : непосредственный
3. Budden, J. Adapting materials for mixed-ability classes / J. Budden – Text : electronic // British Council. Teaching Tips. – URL : <http://www.teachingenglish.org.uk/language-assistant/teaching-tips/adapting-materials-mixed-ability-classes> (date of the application 19.02.2020).

METHODS OF WORKING IN GROUPS WITH DIFFERENT LANGUAGE LEVEL IN NON-LINGUISTIC SPECIALTIES

Authors: Zhdanova N.A., Ph.D., associate professor, nata.zhdanova2014@gmail.com; Trofimova P.A., teacher, trofimovne@yandex.ru.

Abstract: The article attempts to consider different methods of teaching students with different levels of foreign language knowledge in non-linguistic specialties. Four main types of work are highlighted: individual work, work in pairs, groups and collective work. Each of them is given a brief description and their strengths and weaknesses are shown.

Keywords: Level of knowledge, non-linguistic specialties, methods, foreign language, communicative skills.

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ АНГЛИЙСКИХ ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ

*Красько И.С., старший преподаватель
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк*

Аннотация: статья посвящена некоторым особенностям английских юридических терминов, которые следует учитывать при переводе. Формулируется понятие юридического термина как важного фрагмента литературного словаря любого языка и представлена одна из классификаций юридических терминов. Рассматриваются способы перевода юридической терминологии с английского языка на русский.

Ключевые слова: термин, терминология, компонент, перевод, терминологическая система.

Юридическая терминология как совокупность наименований правовых явлений и понятий, которые функционируют в сферах законодательства, деловой документации и законодательных наук, представляет собой большой и чрезвычайно важный фрагмент литературного словаря любого языка. Термин – это «слово со строго определенным значением, являющееся элементом подъязыка науки. Он выполняет назывную функцию и лишен эмоциональной окраски. Термин не имеет национальной принадлежности, он достояние всего человечества» [1, с.198]. Термин обязательно выступает в качестве единицы терминосистемы, где вступает в системные связи с другими лексическими единицами. Традиционно выделяют такие характерные черты юридического термина, как лаконичность и информативность.

Термины «создаются искусственно для наименования тех или иных предметов (в качестве строительного материала часто используются средства латинского и греческого языков) или путем опять-таки сознательного переосмысления уже существующих слов» [1, с.198].

Для правильного перевода юридических терминов важно знать их морфологическую и словообразовательную структуру, а также их семантические отличия от общеупотребительных слов.

Согласно классификации Л. Б. Ткачевой термины делятся на:

- простые, состоящие из одного слова: *acquit* – оправдывать;
- сложные, которые состоят из двух слов и могут также писаться через дефис: *Supreme Court* – Верховный суд, *counter-offer* – встречная оферта;
- термины-словосочетания, состоящие из нескольких компонентов: *contract under seal* – договор за печатью [3].

Важнейшим признаком термина-словосочетания является его воспроизводимость в профессиональной сфере употребления для выражения конкретного специального понятия. Такой термин будет устойчивым лишь для определенной системы понятий. За пределами конкретной терминологической системы такое словосочетание не будет устойчивым, и не будет восприниматься как связная языковая единица. Следовательно, за каждым термином-словосочетанием стоит устойчивая, стандартно воссоздаваемая структура сложного (расчлененного) профессионального понятия. Терминология является для термина тем полем, которое придает ему точность и однозначность, и за пределами которого слово теряет признаки термина. Особенностью синтаксической структуры сложных терминов является то, что по связности элементов их можно считать свободными (т.к. их компоненты сохраняют свое прямое значение) и одновременно – связными (т.к. при произвольном включении в их состав других слов они теряют свою терминологичность).

В пределах юридической терминологии по количеству компонентов можно выделить двухкомпонентные, трехкомпонентные и многокомпонентные (поликомпонентные) юридические термины. Наиболее распространенными являются двухкомпонентные терминологические сочетания. Приведем примеры:

1) прилагательное + существительное: *criminal procedure* – уголовное судопроизводство, *legal assistance* – юридическая (правовая) помощь, *civil case* – гражданское дело, *criminal negligence* – преступная халатность;

2) существительное + существительное: *drug dealer* – наркоторговец, *share consolidation* – консолидирование акций, *competition law* – антимонопольное законодательство;

3) существительное + предлог + существительное: *memorandum of association* – учредительный договор, *breach of contract* – нарушение договора, *body of laws* – совокупность правовых норм;

4) причастие II + существительное: *injured party* – потерпевшая сторона, *limited liability* – ограниченная ответственность, *uncalled capital* – не востребовавшийся капитал, *secured transaction* – документально обеспеченная сделка;

5) существительное + союз + существительное: *aiding and abetting* – пособничество и подстрекательство к преступлению, *arrest and release* – наложение и снятие ареста;

6) глагол + прямое дополнение: *commit a crime* – совершать преступление, *plead a case* – защищать дело в суде, *file a lawsuit* – обратиться в суд с иском.

Многокомпонентные термины могут иметь различную структуру. Вот примеры некоторых из них: *voluntary refusal to commit a crime* – добровольный отказ от совершения покушения на преступление; *estate pur autre vie* – право в недвижимости, ограниченное сроком жизни другого ли-

ца; *law enforcement agency* – правоохранительный орган; *no-win-no-fee* – условный гонорар и т.п.

Как правило, при переводе простых терминов не возникает трудностей, поскольку у них есть терминологическое словарное значение (например, *crime* – преступление, *judge* – судья). Основной проблемой перевода юридических текстов являются термины, состоящие из нескольких компонентов. Перевод таких терминов предусматривает два этапа – аналитический и синтетический. Большую роль играет именно аналитический этап – перевод отдельных компонентов термина-словосочетания. Для этого необходимо правильно определить компоненты такого термина, поскольку ими могут быть не только отдельные слова, но и словосочетания. Важно также установить семантические связи между компонентами термина-словосочетания. Порядок и содержание перевода термина-словосочетания определяется характером таких связей. «В так называемых неустойчивых лексических образованиях (*unstable compounds*) в английском языке в качестве смыслового ядра выступает последнее (крайнее справа) слово составного термина. Все слова, которые находятся слева от этого ядра, выполняют функцию определения» [4, с.225].

Синтетический этап перевода предусматривает построение компонентов в зависимости от установленных семантических связей и получение окончательного варианта перевода термина.

При переводе юридических терминов и терминов-словосочетаний применяются следующие приемы:

1) описание или толкование – передача значения иностранного слова с помощью более или менее полного объяснения его значения. Такой способ применяется при переводе терминологических сочетаний, которые обозначают реалии другой страны. Например: *murder in the first degree* – умышленное убийство при отягчающих обстоятельствах; *accrual of assets* – увеличение доли наследника; *acknowledgement of will* – официальное признание подлинности завещания завещателем под присягой;

2) калькирование – воспроизведение «комбинаторного состава слова или словосочетания, когда составные части слова (морфемы) или фразы (лексемы) переводятся соответствующими элементами переводящего языка» [2, с. 88]. Такой перевод воссоздает английское слово дословно. Например: *accomplices in a crime* – соучастники преступления, *in accordance with laws and regulations* – в соответствии с законами и правилами, *grand jury* (амер.) – большое жюри (совет присяжных заседателей);

3) транскрибирование – воспроизведение звучания иностранного слова на языке перевода. К такому приему можно прибегнуть при переводе названий учреждений, организаций, компаний и т.п., например: *Amnesty International* – Эмнести Интернэшнл, *PricewaterhouseCoopers* – ПрайсуотерхаусКуперс.

Наиболее сложными для перевода являются термины, которые имеют разные значения не только в разных областях науки и техники, но и даже в одной отрасли. Приведем несколько примеров: *consideration* – 1) рассмотрение; 2) встречное удовлетворение; 3) основание сделки; 4) ближайшая цель, которую преследуют стороны договора; *charge* – 1) обвинение; 2) залоговое право; 3) напутственная речь судьи к присяжным; 4) отчуждение; 5) сбор, плата, пошлина, платеж; 6) залог; *bond* – 1) залог; 2) облигация; 3) долговое обязательство. В таких случаях при переводе выбирается такое значение, которое точнее всего передает значение термина в зависимости от слов, которые находятся с ним в тесной связи. Наиболее тесная связь прослеживается между подлежащим и сказуемым, сказуемым и прямым дополнением, определением и определяемым словом, например, *amount to charge* – размер платы, *arrest on obscenity charges* – арестовать по обвинению в непристойном поведении, *charge jury* – напутствовать присяжных, *discharge of charge* – высвобождение из-под залога, *floating charge* – закладная.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что при переводе юридической терминологии применяются такие же приемы и методы как и при переводе терминов других отраслей. Главной проблемой перевода юридических терминов является их многозначность даже в пределах самой юридической отрасли. Для точного определения значения полисемантического термина следует учитывать его лексические связи и грамматические признаки. Не вызывает сомнения тот факт, что перевод юридических терминов с английского языка на русский требует определенных знаний в области юриспруденции.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Голикова, Ж. А. Перевод с английского на русский. Learn to Translate by Translating from English into Russian : учеб. пособие / Ж. А. Голикова. – Минск : Новое знание, 2008. – 287 с. – Текст : непосредственный.
2. Казакова, Т. А. Практические основы перевода / Т. А. Казакова. – Санкт-Петербург : Союз, 2000. – 320 с. – Текст : непосредственный.
3. Ткачева, Л. Б. Основные закономерности английской терминологии / Л. Б. Ткачева. – Томск : Изд-во Том. ун-та, 1987. – 200 с. – Текст : непосредственный.
4. Тюленев, С. В. Теория перевода : учеб. пособие / С. В. Тюленев. – Москва : Гардарики, 2004. – 336 с. – Текст : непосредственный.

ABOUT SOME CHARACTERISTICS OF THE ENGLISH LEGAL TERMS

Author: Krasko I.S., senior teacher of Donetsk National University.

Abstract: the article is devoted to some characteristics of the English legal terms that should be taken into consideration in translation. The concept of a legal

term as an important fragment of the standard dictionary of any language is provided. One of the classifications of legal terms is also presented. The author considers the methods of translating legal terminology from English into Russian.

Keywords: term, terminology, component, translation, terminological system.

УДК 811.111

ПРОБЛЕМА СИНОФОБИИ В УСЛОВИЯХ МЕНЯЮЩЕГОСЯ МИРА

Кузьмич М.М., студент

БУ ВО «Сургутский государственный университет», г. Сургут

Аннотация. В начале 2020 года весь мир охватила тревожная новость о появлении нового смертельного вируса – коронавируса (CoVID-19). В условиях сложной эпидемиологической обстановки в мире усилилось напряжение в отношениях между представителями различных культур. Взаимодействие между ними становится все более ограниченным, так как введен режим повышенной готовности по профилактике распространения заболевания, поэтому решение проблемы межкультурной коммуникации очень важно для экономики и политики многих стран.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, миграция, синофобия.

Исследование анализирует недавние изменения в межкультурном взаимодействии, связанном с потоками миграции в связи с распространением коронавируса. Межкультурная коммуникация вносит большой вклад в развитие общественного процесса. Последние сведения о миграционной ситуации в Европе показывают, что в данном взаимодействии могут возникнуть неожиданные проблемы в межкультурной коммуникации. Одной из них является синофобия. Люди опасаются заболеть, поэтому переносят свою неприязнь на представителей той нации, где возник очаг заболевания, не желают видеть ее представителей в своей стране. По исследованиям Кэтрин Оуэн, Филиппа Шнеля и Давида Аззолини [5], недопонимание в европейских странах на фоне распространения коронавируса уже возникло, и ситуация с каждым днем только ухудшается.

Актуальность: возникновение конфликтов в межкультурной коммуникации в свете последних событий по распространению нового типа вирусного заболевания, появление различного рода дискриминационных проявлений по расовому признаку и этнической принадлежности (синофобия).

Цель: изучение и поиск решений проблемы синофобии, влияющей на возникновение конфликтов в межкультурной коммуникации представителей местного населения по отношению к мигрантам.

Задачи:

- обзор и анализ доступной по вопросу синофобии научной литературы;
- выявление положительных и отрицательных сторон миграции, причин возникновения миграционного кризиса во время эпидемии;
- проведение опроса, для выяснения отношения к мигрантам из Китая у российских студентов, входящих в возрастную группу от 18 до 21 года;
- выявление способов корректировки и решения проблемы синофобии, в условиях возникшей эпидемиологической угрозы между участниками межкультурной коммуникации.

Результаты и обсуждение: Мы подробно изучили проблему межкультурной коммуникации за последнее время в различных частях Европы [4; 5]. Провели сравнение уже имеющейся статистики по вопросу устроенности жизни мигрантов до возникновения сложной эпидемиологической обстановки в связи с коронавирусом [3]. Проблемы, возникающие при изучении большого количества потоков миграции, также не избежали нашего [1; 2].

Результаты опроса показали, что ожидаемо негативное отношение к миграции у студентов не подтвердилось. Это значит, что даже в условиях сложившейся напряженной обстановки в мире, отношение к представителям другой национальности не такое отрицательное, как прогнозировалось. В свете синофобии, разившейся и обострившейся в мире за последние несколько месяцев, мы показываем отличные от Европы тенденции к развитию межкультурных взаимодействий.

Основную трудность при проведении нашего исследования составила небольшая выборка участников опроса, а также невозможность охватить различные возрастные группы. Мы планируем расширить выборку и привлечь другие возрастные группы в нашем дальнейшем исследовании.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Fullin, G. Unemployment Trap or High Job Turnover? Ethnic Penalties and Labour Market Transitions in Italy / G. Fullin. – Direct text // International Journal of Comparative Sociology. – 2011. – Vol. 52. – № 4. – P. 284-305.
2. Ganzeboom, H. B. G. Internationally Comparable Measures of Occupational Status for the 1988 International Standard Classification of Occupations / H. B. G. Ganzeboom, D. J. Treiman. – Direct text // Social Science Research. – 1996. – Vol. 25. – P. 201-239.
3. Heath, A. F. The Second Generation in Western Europe: Education, Unemployment and Occupational Attainments / A. F.

Heath, C. Rotheron, E. Kilpi. – Direct text // Annual Review of Sociology. – 2008. – Vol. 34. – P. 211-235.

4. OECD, A Profile of Immigrant Populations in the 21st Century : Data from OECD Countries, 2008 Paris OECD Publishing. – URL : <https://www.oecd.org/els/mig/aprofileofimmigrantpopulationsinthe21stcenturydatafromoecdcountries.htm>. – Text : electronic.

5. Schnell, P. The academic achievements of immigrant youths in new destination countries: Evidence from southern Europe / P. Schnell, D. Azzolini // Migration Studies. – July 2015. – Vol. 3. – Issue 2. – Oxford University Press. – Direct text.

Научный руководитель: Потоцкая Н.П., ассистент, БУ ВО Сургутский государственный университет.

THE PROBLEM OF SINOPHOBIA UNDER CHANGING WORLD CIRCUMSTANCES

Author: Kuzmich M.M., student, masha-kuzmich@bk.ru, Surgut State University, Surgut.

Research supervisor: Pototskaya N.P., assistant of Surgut State University, Surgut, autumn.1991@mail.ru.

Abstract: At the beginning of 2020, the whole world was gripped by the disturbing news of the appearance of a new deadly virus – the Coronavirus (CoVID-19). In the context of a complex epidemiological situation in the world, the tension between representatives of different cultures is only increasing. Opportunities of interaction between them are becoming more and more limited, as a high-alert mode for prevention of the spreading disease has been introduced, so solving the problem of intercultural communication is very important for the economy and politics of countries.

Keywords: intercultural communication, migration, sinophobia

УДК 81

ЭМОЦИОНАЛЬНО ОБУСЛОВЛЕННАЯ КАТЕГОРИЗАЦИЯ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТАХ МАСС-МЕДИА

Овакимян Д.Л., студент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотация: в работе представлен способ категоризации эмоций в языковой репрезентации. Проведен сравнительный анализ. Представлена характеристика особенностей данной классификации эмотивной лексики

на базе газетно-публицистических текстов. Детерминированы основные эмоциональные категории и особенности их функционирования.

Ключевые слова: эмоционально окрашенная лексика, лексика эмоций, эмоции, СМИ, языковая репрезентация эмоций.

Идея выражения эмоций посредством лексических единиц характерна не только для художественной литературы, но и для средств массовой информации: как для аудиорецептивной (радио, телевиденье) системы, так и для визуальнорецептивной (газеты, журналы, интернет-статьи, телевиденье) системы. Безусловно, задачей любого текста публицистического стиля является изложение информации таким образом, чтобы читатель не сомневался в достоверности материала, но при этом не мало важным остается поддерживать интерес реципиента так, чтобы он стремился дочитать статью до конца и впредь пользовался данным публицистическим изданием, как постоянным источником информации. Эмоционально окрашенная лексика помогает достичь этой цели, так как зачастую используется как репрезентация устной речи в письменной форме, которая в основном стремится к максимально возможному приближению к языку народа, вбирая в себя лексические продукты современной действительности: *Spine-chilling video of man getting attacked by tiger and playing dead to save his life in Maharashtra has been going viral. Twitter has goosebumps.* (The Observer, 2019).

Исходя из того, что эмоции принимают языковую форму, следует дифференцировать способы выражения тех или иных эмоциональных оттенков. Стоит отметить, что исходная классификация не является единственно правильным методом категоризации эмотивной лексики. Существует множество различных способов категоризации данного явления, представленного в различных интерпретациях в работах выдающихся лингвистов, таких как В. И. Шаховский, Л. Г. Бабенко, В. Ю. Апресян и др. Так или иначе, любая классификация требует современной правки, дополнения, реструктуризации, при этом, не игнорируя предшествующих исследований.

Опираясь на факт проблематичности деления эмоционально-окрашенных языковых репрезентаций, некоторыми лингвистами было выдвинуто предложение игнорировать данную концепцию, исходя из невозможности единой классификации, обусловленной различными факторами, как вне выбранной структуры, так и в ее пределах. В связи с неустойчивостью значения эмотивной языковой единицы, подчиняющейся контекстуальной семантике, сложностью представляется ограничение категорий, характеризующих эту единицу. Отсюда, можно выделить следующий фактор, препятствующий категоризации – языковой лимит, а именно невозможность полноценного и точного выражения некоторых эмоции посредством придания языковой оболочки.

Стоит также признать, что эмоционально окрашенная языковая единица редко функционирует в одном смысловом направлении, а скорее от-

ражает общее значение, оттенок которому говорящий придает в процессе коммуникации. Оттенок, в свою очередь, также индивидуален и зависит от контекста и заданного тона общения. К примеру, рассмотрим выражение *to lash out at smb* (сорваться на кого-то). *People with psychological disorders can't stop lashing out at people when it comes to face a stressful situation. / Later, at a private event in New York, the president lashed out at those who helped to inform the whistleblower and alluded to retaliation* (The Guardian, 2019). В первом случае наблюдается меньший уровень выраженности эмоционального акцента, так как предложение генерализировано, источник эмоции – не определенная личность, а обобщенное понятие; также ситуация, на которую направлено действие, является предполагаемой. Во втором предложении исследуемое выражение принимает наиболее эмоционально выраженную форму. В данном случае присутствует определенная личность, установлена действительная ситуация. Стоит отметить, что на эмоциональный уровень восприятия, в свою очередь, влияет имеющийся фонд знаний читателя о данной личности, который заранее эмоционально обусловлен. Данное явление дает автору возможность не вызвать определенную негативную эмоцию, а усилить уже имеющуюся.

Опираясь на то, что данное исследование ограничено текстами массовой медиа, вариации эмоционально-окрашенных языковых единиц следует также ограничить в соответствии с заданным направлением. Тексты средств массовой информации характеризуются относительной сдержанностью, ориентированностью на репродукцию событий, которая определяется предвзятостью автора, в зависимости от его принадлежности к той или иной стороне событий, отсюда, репродукция событий может конвертироваться в продукцию, тогда эмоциональный фактор в языковом воплощении становится наиболее выраженным для поддержания подлинности представленного события и максимального влияния на восприятие реципиента, т.е. читателя.

Исходя из вышесказанного, эмоции в языковых репрезентациях невозможно классифицировать по одному принципу. Одна и та же эмоционально окрашенная единица может представлять в разных контекстах, при этом уменьшая или усиливая свою эмоциональную нагрузку. Таким образом, представляется необходимым дифференцировать эмоционально окрашенную лексику по градирующему признаку. Существует два основных вида эмоций: положительные и отрицательные, они проецируют множество других оттенков, которые могут быть негативно окрашенными, позитивно окрашенными, либо занимать нейтральную позицию между основными двумя. Проведенное нами исследование англоязычных современных текстов позволило выделить следующие виды эмоционально-окрашенных языковых структур:

1. Исследование показало, что тексты массовой медиа изобилуют использованием негативно окрашенной лексики (56%). Данное явление связано,

прежде всего, с тем фактом, что кричащие заголовки, скандальные статьи и новости негативного характера привлекают большую часть аудитории. Анализируя интернет версии ведущих английских новостных изданий, можно сделать вывод, что для привлечения большего количества читателей на главной странице размещаются наиболее популярные статьи, которые также отличаются негативной направленностью. В ходе современных политических конфликтов в интернет изданиях, так же, как и в печатных, доминируют тексты негативного характера. Масс-медиа представляет собой эффективнейший аппарат управления человеческим сознанием, в чьей власти зародить определенные сомнения, посеять панику, внушить недоверие или страх, и, в конечном итоге, побудить к определенным действиям. Управление массовым сознанием дает СМИ власть продвигать выгодные для определенных политических сил идеи и расширять свое влияние. Самым верным двигателем человеческих действий являются негативные эмоции: страх, гнев, ненависть, оскорбление, ярость, унижение, тревога, горечь, горе, разочарование, презрение, злоба, досада, отчаяние, неприязнь, отвращение, злорадство и т.д. Этими средствами наиболее часто пользуются информационные ресурсы. Продуцирование негативного отношения к представленным событиям может быть достигнуто за счет определенной формулировки предложения с использованием лексики, имеющей негативную коннотацию. Рассмотрим данное явление на фоне следующего предложения: *The crisis could upend Mr. Xi's agenda for months or longer, even undermining his vision of a political system that offers security and growth in return for submission to iron-fisted authoritarianism* (The New York Times, 2020). В данном случае наблюдается использование эффекта контраста, когда в первой части предложения используется позитивно окрашенная лексика: *security* (безопасность), *growth* (рост), а во второй части – негативно окрашенная лексика, обладающая доминирующей смысловой нагрузкой за счет своего финального положения: *submission* (подчинение), *iron-fisted* (безжалостный, безоговорочный, абсолютный). Сочетание вышеуказанных негативно окрашенных смысловых единиц обуславливает возникновение таких побочных эмоций как страх, безысходность, отчаяние, возмущение.

2. В некоторых статьях удалось определить лексику, находящуюся ближе к позитивному центру в эмоциональном спектре (43%). Так, выражение *to live up to* (восполнить, оправдать ожидания), будучи в контексте статьи о выходе сиквела популярной книги, имеет неярко выраженный эмоциональный оттенок, при этом продуцируя дополнительную линию эмоций, таких как: *надежда, предвкушение, волнительное ожидание*. *The Testaments has a lot to live up to* (Independent, 2019). Позитивно окрашенная лексика зачастую обладает кульминационным характером, занимая финальную смысловую позицию в предложении или тексте. Примечательно то, что одно и то же выражение может быть использовано дважды, имея

негативную окраску в одной части смысловой группы и положительную в другой, тем самым вызывая эффект контраста. Данному эффекту соответствует следующая структура: оттенок эмоционально окрашенной единицы, выдвинутой в конце, доминирует над оттенком той же единицы в предшествующей позиции и имеющей противоположный эмоциональное воплощение. Подобное явление имеет место быть в высказываниях направленных на выделение двух исходов определенного действия или бездействия и их противопоставление: *Then, when you're met with a challenging stage of your habit-change plan, when you're tempted to throw in the towel because it's understandably difficult to push through, look at that list and remind yourself that if you can do everything on that list, you can push through in that difficult moment and stay on track too.* Таким образом, выражение *to push through* (пробиваться, проталкиваться, добиваться чего-то) в первой половине предложения имеет негативный оттенок и, подчиняясь контексту, соответствует следующим эмоциям: *сомнения, безысходность, обреченность.* Противоположной смысловой нагрузкой обладает это же выражение во второй части предложения, выступая как доминирующий элемент, имеющий положительное толкование: уверенность, упорство, упрямство.

3. Что же касается использования лексики, окрашенной эмоционально нейтрально (1%), то ее количество ничтожно мало. Данное явление объясняется тем, что подобные смысловые единицы функционируют слабо и не оказывают должного эмоционального эффекта на реципиента, что является главной задачей практически любой статьи: *It was causing major head-scratching* (American Press, 2019). *Dr. Sharom was surprised what he said could be considered seditious, noting that, "I was a law professor expressing a legal opinion* (The Guardian, 2018). Зачастую расшифровать эмоциональный посыл амбивалентной лексики достаточно тяжело без полного контекста.

Подводя итог, стоит отметить, что категоризация эмоционально-окрашенных лексических единиц позволяет более детально изучить семантику той или иной смысловой единицы, оценить ее значение, определить подтекст и выделить «побочные» эмоции, на продуцирование которых, и направлено использование данного выражения. Это позволяет детальнее анализировать тексты масс-медиа и детерминировать эффект, которого желает добиться автор, и методы и средства достижения данного эффекта.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алещанова, И. В. Газетный текст как разновидность массово-информационного дискурса / И. В. Алещанова. – Текст : непосредственный // Языковая личность : институциональный и персональный дискурс : Сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 131-139.
2. Бабенко, Л. Г. Обозначение эмоций в языке и речи / Л. Г. Бабенко. – Свердловск : Изд-во Урал. ун-та. – 1986. – 184 с. – Текст : непосредственный.

3. Карпикова, Е. А. Языковые способы выражения эмоций / Е. А. Карпикова. – Текст : электронный // Languages & Literatures. – 2009. – Вып. 23. – URL. : [http:// frgf.utmn.ru/mag /23/60](http://frgf.utmn.ru/mag/23/60) (дата обращения: 26.04.2019).

4. Шаховский, В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В. И. Шаховский. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. – 190 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: Трофимова Е.В., канд. филолог. наук, доцент.

EMOTIONALLY CONDITIONED CATEGORIZATION OF LEXICAL UNITS BASED ON THE TEXTS OF ENGLISH MASS MEDIA

Abstract: the article presents a method of categorizing emotions in a linguistic representation. A comparative analysis is carried out. The characteristic of the features of this classification of emotive vocabulary based on newspaper and journalistic texts is presented. The main emotional categories and features of their functioning are determined.

Keywords: emotionally colored vocabulary, vocabulary of emotions, emotions, media, verbalization of emotions.

УДК 372.881.111.1

ПАМЯТКИ И АЛГОРИТМЫ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Шенцова Е.Ф. учитель английского языка, канд. пед. наук
МБОУ «СШ № 34», г. Нижневартовск*

Аннотация: В данной статье автор рассматривает вопросы повышения эффективности освоения обучающимися такого важного аспекта, как грамматика английского языка, (на примере системы грамматических времен английского глагола), посредством использования специальных памяток и алгоритмов.

Ключевые слова: система грамматических времен глагола, памятки, алгоритмы.

Преподавание иностранных языков тесно связано с разработкой национальных стандартов, которые, учитывая всеобщую глобализацию экономических, культурных и учебных процессов, не являются самоцелью, а направлены на обеспечение тесного взаимодействия и вхождение Российского образования в общемировую систему и, следовательно,

должны соотноситься с международными требованиями к уровням владения иностранными языками. Определяющую роль сегодня играет общеевропейская шкала уровней владения иностранным языком – Common European Framework of Reference for Foreign Languages (сокращенно CEFR). Главная цель введения CEFR – разработка единого метода оценки совокупности всех компонентов коммуникативной компетенции обучаемых, применимый для всех европейских языков. Это связано с всеобщими интеграционными процессами, которые требуют соответствия выдаваемых документов об образовании единой системе критериев для взаимного признания дипломов и сертификатов, облегчающего образовательные и профессиональные обмены. Кроме того, CEFR является удобным инструментом измерения степени владения иностранным языком, построения программ, создания учебных материалов различного уровня – это основа построения разнообразных систем обучения и тестирования по иностранным языкам, которая легко адаптируется для использования к различным национальным стандартам.

В Российской Федерации для разработки национальных экзаменов по иностранным языкам используется система уровней, разработанная для CEFR, а именно: А Элементарное владение (Basic User); А1 Начинающий (Breakthrough / Beginner); А2 Элементарный (Waystage / Elementary); В Самостоятельное владение (Independent User); В1 Пороговый (Threshold / Intermediate); В2 Продвинутый (Vantage / Upper-intermediate); С Свободное владение (Proficient User); С1 Эффективное владение (Effective Operational Proficiency/ Advanced); С2 Совершенное владение (Mastery/Proficiency). При этом, для каждого уровня прописаны дескрипторы (требования) к качеству овладения каждым видом речевой деятельности (Reading, Writing, Listening, Speaking). Необходимо учитывать, что, независимо от вида речевой деятельности, одним из условий успешного овладения языком является изучение присущих ему грамматических правил. Среди всего спектра грамматических явлений английского языка своей громоздкостью и сложностью выделяется система грамматических времен, изучение которой вызывает существенные затруднения у обучающихся, любого возраста.

Глагол в английском языке является неизменяемой частью речи, что приводит к необходимости использования составных глагольных структур для передачи различных действий. Отличие времен английского языка от времен русского языка вызывает затруднения в определении, структурировании и правильном использовании видовременных конструкций. Понимание общих закономерностей, определяющих структуру и функционирование грамматических времен английского языка, требует обращения к эффективным методам изучения аспектов, связанных с использованием различных видовременных конструкций сказуемого в предложении. Именно вышеуказанные проблемы вынудили нас обратиться к выявлению эффективных методов изучения грамматических времен и их потенциаль-

ному воздействию на процесс усвоения навыков правильного грамматического оформления устной и письменной речи.

Проблема усугубляется необходимостью усвоения большого количества информации о грамматических правилах и фрагментарным порядком их предъявления в учебниках, что препятствует формированию представления о грамматических временах как о единой системе, затрудняет выявление специфических черт каждого времени и, в конечном счете, приводит к неумению применить полученные знания в речевой практике. Перед педагогом всегда стоит задача оптимизации процесса изучения материала для достижения максимально высокого результата.

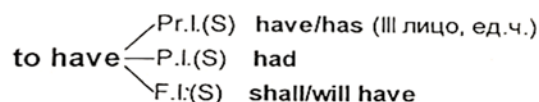
Учитывая специфику мышления современных людей и всеобщее увлечение информационными технологиями, мы сочли использование памяток и алгоритмов, (наряду с готовыми материалами на цифровых носителях), наиболее уместным способом повышения эффективности изучением системы времен английского языка. Исходя из изложенного выше, мы разработали ряд памяток и алгоритмов, которые позволяют изложить правила и способы их применения в максимально концентрированной форме. Для создания комплекта материалов мы использовали информацию о группах времен из различных источников, отобрав наиболее точные и краткие характеристики, выстроив краткие, логически выверенные памятки по структуре и использованию того или иного грамматического времени, предложив их для изучения обучающимся (рис. 1), а затем, с целью проверки уровня понимания и качества усвоения, предложили заполнить пропуски в разработанном алгоритме (рис.2). Полученный методический комплекс позволяет облегчить понимание системы грамматических времен глаголов английского языка и осознанно использовать на практике теоретические знания при выполнении заданий из разделов Using English, Writing, Speaking.

The Perfect Tenses

1. Используется для описания завершенных д-й, имеющих последствия.
Является частью сложного предложения.
2. Имеет формы Present, Past, Future.
3. Графическая особенность – наличие формы глагола to have и Participle II смыслового глагола

to have + P II

4. Время передается соответствующей формой глагола



5. В предложениях, как правило, присутствуют обстоятельства : *already, just, ever, yet, for (two years, one day), since (June 6th, five o'clock)*.
6. Для образования “?” и “-“ предложений в качестве вспомогательного глагола to have используют соответствующие формы.
7. Переводится совершенной формой глагола

Активация Windc
Чтобы активировать V
раздел "Параметры".

Continuous Tenses

1. Используется для описания действий длящихся во времени.
2. Имеет формы Present, Past, Future.
3. Особенности группы времен:
 - а) действие незаконченное
 - б) соотнесение с определенным моментом/периодом времени или другим действием.

4. Графические особенности:

Pr.I(S)
to be P.I(S) + Present Particle
F.I(S)

(указателем времени служит форма глагола to be, а показателем группы – Pr.P.(V +ing)

5. Глаголы выражающие чувства, восприятия и умственную деятельность и некоторые другие в этой группе не используются:

to want, to like, to love, to wish, to see, to hear, to feel, to notice, to know, to understand, to remember, to recognize, to forget, to seem, to be ...

6. Характерной чертой группы являются наличие обстоятельств типа: *now, at present, constantly, the whole day, from ... till, at that time at midnight ...*

Рис. 1.

Алгоритм описания группы времён

I. Выберите название группы времён.

“The Simple Tenses”/ “The Progressive Tenses”/ “The Perfect Tenses”

II. Заполните пропуски, используя слова данные в пункте III

Название данной группы переводится как «Группа 1) _____ времён».

Группа используется для описания 2) _____ действий.

Для создания вопросительных и отрицательных предложений 3) _____ в зависимости от времени в котором стоит предложение, в Present 4) _____ в Past, 5) _____ Future

6) _____.

В данной группе смысловой глагол используется в форме 7) _____, от времени и типа предложения.

В качестве обстоятельств во временах данной группы чаще всего используются следующие: 8) _____.

III. Слова для заполнения пропусков

1) *завершенных; простых, неопределённых; длительных;*

2) *длящихся во времени; повторяющихся, обычных; завершенных;*

3) *- вводится вспомогательный глагол «do/ does/ did»;*

≡ *на место вспомогательного глагола ставят глагол «have/ has/ had»;*

≡ *на место вспомогательного глагола ставят глагол «am/ is/ are/ was/ were»;*

4) *«do/does»; «have/has»; «am/is/are»;*

5) *«did»; «had»; «was/were»;*

6) *«shall/will»; «shall/will have»; «shall/will be»;*

7) *VI или V2 в зависимости; V3 независимо; V4 независимо;*

8) *- often, always, every, last, next (day, month, week, year), today, tomorrow, yesterday, as a rule, sometimes, seldom, usually...*

- just, already, since, for, ever, never, by..., as soon as, before, after, until;

≡ *now, at..., constantly, whole (day, month, week), from..., till..*

Рис. 2.

Несколько иной подход необходим при работе с готовыми текстами, в частности при осуществлении перевода (раздел Reading) и понимания услышанного (Listening). При осуществлении данных видов деятельности нам необходимо анализировать готовую глагольную форму, находить семантическое соответствие в родном языке, учитывая специфику грамматического времени английского глагола. Эта работа также вызывает существенные затруднения у обучающихся и, как результат, приводит к искажению понимания и интерпретации прочитанного и услышанного. Именно с целью снятия подобных затруднений мы разработали Алгоритм определения времен (рис. 3), поскольку, зная какое грамматическое время использовано и понимая его семантическую специфику, обучающийся без труда сможет найти смысловое соответствие в родном языке.

Алгоритм определения времени и группы

I. Определение времени

1. Если в структуре сказуемого присутствует **shall/will**, то предложение в будущем времени (*Future*);
2. Если сказуемое представлено формой **V2** или имеет в своей структуре **had/was/were/did**, то предложение в прошедшем времени (*Past*);
3. Если сказуемое совпадает с формой **V1 (V1 + s)** или имеет в своей структуре **do/does/have/has/am/are**, то предложение в настоящем времени (*Present*);
4. Если сказуемое начинается с **should/would**, то это предложение в специфическом времени - будущее в прошедшем (*Future-in-the-Past*);

II. Определение группы

*Если сказуемое содержит в своём составе (**shall/will, should/would**) их не считать*

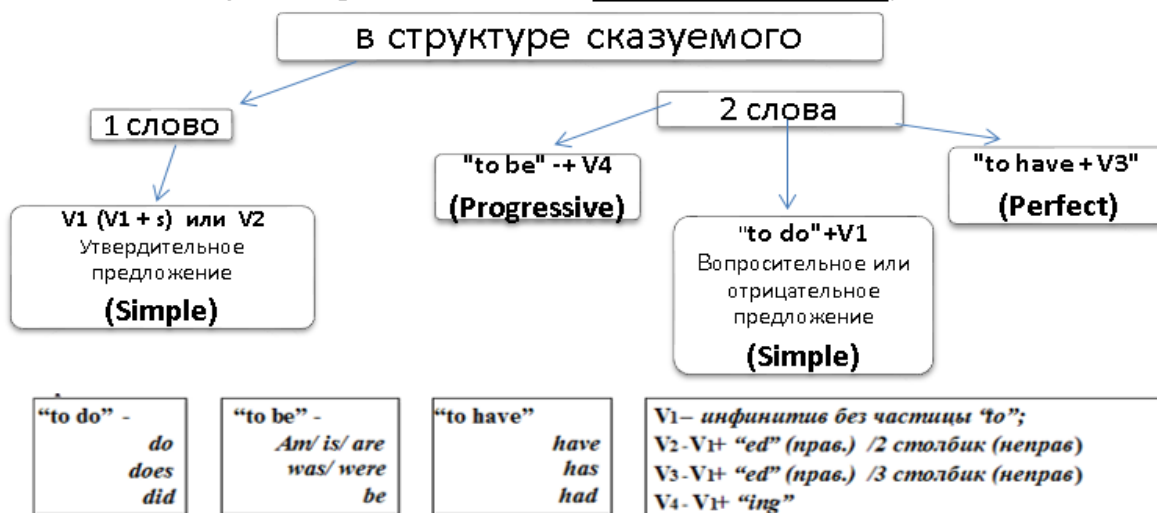


Рис. 3.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Общеевропейские компетенции владения иностранным языком : изучение, преподавание, оценка / Департамент современных языков директората по образованию, культуре и спорту Совета Европы. – Москва : Изд-во МГЛУ, 2003. – Текст : непосредственный.

2. Сафонова, В. В. Коммуникативная компетенция : современные подходы к многоуровневому описанию в методических целях / В. В. Сафонова. – Москва : Еврошкола, 2004. – 236 с. – Текст : непосредственный.

3. Common European Framework of Reference for Foreign Languages : Learning, Teaching, Assessment. – Cambridge : University Press, 2011. – Direct text.

MEMORIES AND ALGORITHMS AS A MEANS TO IMPROVE THE EFFECTIVENESS OF TEACHING FOREIGN LANGUAGE IN MODERN CONDITIONS

Author: Shentsova E.F., Candidate of Sciences in Pedagogy, English teacher, MBOU "School No. 34", Nizhnevartovsk.

Abstract: In this article, the author research the problem of improving of student's knowledge in such important aspect as the grammar of the English language (using the example of the grammar system of the English verb) through the using of special memories and algorithms.

Keywords: the system of English Tenses of the verb, memories, algorithms.

УДК 339.138

НЕЙРОМАРКЕТИНГ ИЛИ «СКРЫТОЕ» ВЛИЯНИЕ НА СОЗНАНИЕ ПОТРЕБИЛЯ

Агамерьянц А.А., студент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотации: в статье рассматривается один из не совсем изученных видов маркетинга – нейромаркетинг. Выделены способы влияния на действия потребителя путем исследования мозга клиента и воздействия на него. Проанализированы тренды нейромаркетинга с позиции проблемности его восприятия. Приводятся примеры нейромаркетинговых исследований и влияния различных мотивов восприятия на исследовательские группы потребителей.

Ключевые слова: маркетинг, нейромаркетинг, реклама, бренд, биометрические технологии, когнитивная психология, поведенческая экономика.

Успех маркетинговой деятельности зависит от применения инновационных методов и способов воздействия на потребителей, которые в свою очередь, оказываются более действенными и эффективными. Одним из таких направлений является нейромаркетинг. Нейромаркетинг – современное направление и метод исследования потребительских мотивов, предпочтений, реакции и запоминания рекламы, брендов, используя сканирование мозговой деятельности фокус-группы. Предполагает визуализацию нейрофизиологических процессов [1, с.23].

Нейромаркетинг выступает деятельностью по сбору, обработке и интерпретации сведений непроизвольной реакции человека на какие-то индивидуальные качества и элементы товара или торговой марки: название, логотип, сочетание цветов и лозунгов, аудиосигналы, картинку и прочее. А в ходе исследований могут учитывать такие показатели, как: пульс, сердцебиение, реакция зрачков, токи и другие. Иногда используют магнитно-резонансное сканирование головного мозга, потому как именно это указывает на все явные и тайные желания потребителя. Результаты исследований нейромаркетинга показали, что обычные товарные презентации менее эффективны и вызывают низкую нейронную активность у покупателя, по сравнению с эмоциональными товарными подачами, которые способны взывать высокую нейронную активность при правильном применении. Эмоциональные сведения клиенты воспринимают лучше рациональных [2, с.95-96].

Самый примитивный, но очень показательный пример нейромаркетинга: девушка ходила к скаутам и просила их пожертвовать 30 000 долларов, на что, конечно же, скауты отказывали. А после такого

крупного предложения девушка предлагала купить печенье, самую обычную пачку печенья. И, по сравнению с пожертвованием 30 000 долларов скаутам пачка печенья стала казаться ничем и они сразу же покупали его.

Существуют и другие, сложные подходы влияния на потребителя нейромаркетингом, а именно: использовать скрытый гипноз, манипулировать сознанием посредством запахов, звуков и так далее. Нейромаркетинговые исследования проводят многие крупные компании, чтобы получить сведения о том, как заставить клиентов приобрести тот или иной товар. Велика возможность применения нейромаркетинга крупными корпорациями. Так, Unilever, Nestlé, Procter&Gamble, Daimler Chrysler, L'Oréal используют его для изучения желаний потребителей, поддержания и повышения репутации бренда, завоевания преданности потребителей и нахождения подхода к каждому с помощью изучения потребностей. Студия 20th Century Fox, Procter&Gamble, General Motors и другие мировые лидеры ведут свою рекламную деятельность с помощью нейромаркетинга.

Информация воспринимается человеком избирательно, так как тип эмоциональной системы у каждого человека индивидуален. Например, предметы, вызывающие положительные эмоции у рискованных людей, приводят в ужас ценителей безопасности. Так и с товарами: данный класс товаров привлекает определенную группу потребителей, другие же он отторгает, а третьи совершенно скептически относятся к нему. И все потому, что эмоциональную окраску восприятия определяет эмоциональная система, являющаяся индивидуальной для каждого потребителя и его типа эмоциональной системы [3, с.147].

Четыре типа эмоциональных систем зависят от четырех мотивов восприятия: мотив безопасности; социальный мотив; мотив альфа (мотив силы и превосходства); мотив открывателя. Потребители, обладающие социальным мотивом, подвластны эмпатии. Обладают качествами лидерства потребители с мотивом силы и превосходства. Люди в пожилом возрасте и женщины располагают мотивы безопасности. Мотивами открывателя обладают дети и молодые люди, у которых есть тяга к изучению всего новейшего и неопознанного. В первой половине 2001 года консалтинговая компания Shop Consult by Umdasch изучала мозговую деятельность потребителя на активную оценку продукта визуально, представляемую в предметном и эмоциональном ракурсах. Так, компания изучала воздействие эмоционального и предметного описания изображения на ее оценку и акцент решений потребителем. Результаты оказались следующие: когда потребитель визуально воспринимал эмоциональное изображение, то деятельность мозга возрастала в разы.

Компании, применяющие нейромаркетинг, должны использовать такую стратегическую цель, при которой потребитель изначально переступал бы препятствие выборочного восприятия, так как в результате товары и услуги лучше запоминаются [4, с.474-476].

Реакция потребителей – фундамент скрытых ассоциаций. Биометрические технологии объединяются с данным методом, целью которого является измерение времени необходимого потребителю на реакцию или оценку. Такая методология уже долго применяется в когнитивной психологии для выявления несформулированных процессов и реакций [5].

Кроме этого, в нейромаркетинге популярность набирает практика отслеживания движения глаз. С помощью развития технологий и средств отслеживания движения глаз этот процесс стал значительно проще и быстрее. Измерение волн головного мозга является очень трудоемким процессом ввиду широкого разнообразия систем. С помощью этого процесса можно собрать вторичные биометрические данные. Повязки с электродами позволяют это осуществлять. Деятельность по изучению нейромаркетинга основывается на изучении не только волн головного мозга, но и на исследовании его участков, которые являются тремя опорами нейромаркетинга. Части головного мозга – это рептильный мозг, средний мозг и неокортекс. Что они собой представляют, за что отвечают в нашей жизни [6].

Рептильный мозг является эгоцентричной частью головного мозга человека. Она активно реагирует на все, что касается собственного «Я» и нашей личности. Рептильный мозг напрямую связан со всем, что касается выживания или благополучия; он ищет выгоду. Именно поэтому все брошюры, рассылки, сайты, презентации должны апеллировать к интересам аудитории, и в частности к эгоцентризму потребителей. Рептильный мозг лучше воспринимает информацию визуально, поэтому решения потребителей базируются именно на визуальном контенте. Главная особенность рептильного мозга – его нежелание думать. Больше всего ему импонируют цитаты, фразы, которые уже устоялись, зафиксировались. Поэтому нейромаркетологи предлагают создавать абстрактные страницы и тексты. Нейромаркетологи воздействуют на эмоции и чувства клиентов с помощью изучения лимбической системы, чтоб точно повлиять на целевую аудиторию для получения от них позитивных отзывов на товары и услуги предприятия.

Неокортекс называют новым мозгом. Он появился вследствие развития человека как человека разумного, цивилизованного. Важнейшие и отличительные характеристики неокортекса – рационализм, аналитика, сравнение, нормы, правила, законы. Рептильный мозг располагает к себе первичные вещи, без которых жизнь была бы невыносима – еда, сон, безопасность, размножение [6].

Среди основных научных исследований в области нейромаркетинга можно отметить следующие:

1. Эффект ореола. Первое впечатление для людей всегда самое важное, особенно если что-то в товаре или услуге нас привлекает. Примером может служить продажа книг с пометкой «классика Гарварда». Ведь отдельные привлекательные качества бренда оказывают влияние на мнение потребителей о них.

2. Когда человек чем-либо владеет, то ценит он это больше. Когда потребитель приобретает предмет или заказывает услугу вашей компании, то вы на один шаг ближе к преданности клиента и его лояльности. Специалисты поведенческой экономики, Дэниел Канеман и Ричард Таллер сделали такие выводы: когда потребители покупали, к примеру, кружку, и затем им приходило предложение о продаже или обмене этой кружки на равноценный предмет, то они требовали что-либо дороже вдвое или просто сумму, превышающую изначальную как минимум в два раза.

3. Влияние фраз на дальнейшее решение.

4. Сохранять приятнее, чем приобретать. Потребителю необходимо объяснить, почему товар или услуга предотвращает отрицательные эмоции, потери, боли.

5. Потребитель способен изменить отношение к двум возможным вариантам, если существует третий, который для него является менее привлекательным. Компания Apple представляет каждую новую модель отдельно, упоминая о старой как, о «прошлом поколении» или представляет в своей линейке разнообразие памяти.

6. Выбирая, потребитель использует первый пример, который приходит ему в голову. Успешным брендам необходимо создавать и укреплять обширные потребительские ассоциации.

7. Компания меняет поведение, чтобы быть подобной другим, не осознавая, что это неправильно [7].

Сейчас изучение тонкостей нейромаркетинга очень завораживающая, но и спорная область знаний, с одной стороны, эти исследования вызывают массу вопросов в плане этичности, а с другой, подсознание человека является предметом познания большого числа специалистов из врачей, психологов и маркетологов, которое, возможно, может дать ответы на многие загадки цивилизации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Пересадько, Г. О. Маркетинговые исследования нейромаркетинга как инновационного механизма манипулирования потребителем / Г. О. Пересадько, Н. И. Саверченко. – Текст : непосредственный // Вестник Сумского национального аграрного университета. – 2013. – № 6 (57). – С. 22-26.

2. Шлимакова, И. И. Современные подходы к изучению категории влияния : эконпсихологический аспект / И. И. Шлимакова. – Текст : непосредственный // Гуманитарный вектор. – 2014. – № 1 (37). – С. 94-99.

3. Семиздралова, О. А. Психологическое влияние как способ управления людьми / О. А. Семиздралова. – Текст : непосредственный // Народное образование. – 2012. – № 6. – С. 147-156.

4. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник / И. Л. Акулич. – Минск : Выш. шк., 2009. – 512 с. – Текст : непосредственный

5. Чалдини, Р. Психология влияния / Р. Чалдини. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 225 с. – Текст : непосредственный

6. Анатомия человека : в 2-х т. : учеб. пособие / под ред. М. Р. Сапина. – Москва : Медицина, 2001. – Т. 2. – 640 с. – Текст : непосредственный
7. Шибутани, Т. Социальная психология / Т. Шибутани. – Ростов-на-Дону : Феникс, 1999. – 544 с. – Текст : непосредственный

Научный руководитель: Ибрагимхалилова Т.В. заведующая кафедрой маркетинга и логистики, д-р экон. наук, доцент, Донецкий Национальный Университет.

NEUROMARKETING OR "HIDDEN" INFLUENCE ON THE CONSUMER'S CONSCIOUSNESS

Author: Agameryants A.A., student, anna.agameryants@mail.ru.

Research supervisor: Ibrahimkhalilov T. V. head of the Department of marketing and logistics, doctor of economics, docent of Donetsk national University.

Abstract: the article considers a new type of marketing – neuromarketing. We consider ways to influence the consumer's actions by examining the client's brain and influencing it. The problems of the new current of science are analyzed. Examples of neuromarketing research and the influence of different perception motives on different research groups are given.

Keywords: marketing, neuromarketing, advertising, brand, biometric technologies, cognitive psychology, behavioral Economics.

УДК: 336.71

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Акылбекова Н.И., доцент, д-р экон. наук

Байгуттиев С.С., доцент

Университет Адам/ Бишкекской финансово-экономической академии,

Кыргызская Республика, г. Бишкек

Мамбетова А.А., доцент, канд. экон. наук

Кыргызский Национальный Университет им. Ж. Баласагына, Кыргызская Республика, г. Бишкек

Аннотация. В статье проведен анализ развития банковской системы в Кыргызской Республике: проведен анализ показателей активов, обязательств, капитала, адекватности капитала, качества активов и доходности коммерческих банков Кыргызской Республики за 2014-2018 годы, рассмотрены проблемы и перспективные направления развития банковской системы страны.

Ключевые слова: банковская система, валовой внутренний продукт, активы, обязательства, капитал коммерческих банков, показатели адекватности капитала, качества активов и доходности коммерческих банков.

Банковская система как часть финансового рынка играет значительную роль в развитии экономики Кыргызстана. За 2014-2018 годы Кыргызская Республика развивалась незначительными темпами, ежегодный прирост ВВП составлял не более 5% [10]. Таким образом, ВВП Кыргызской Республики в 2018 году составлял 569385,6 млн. сомов против 400694,0 млн. сомов в 2014 году (см. рис. 1) [1].

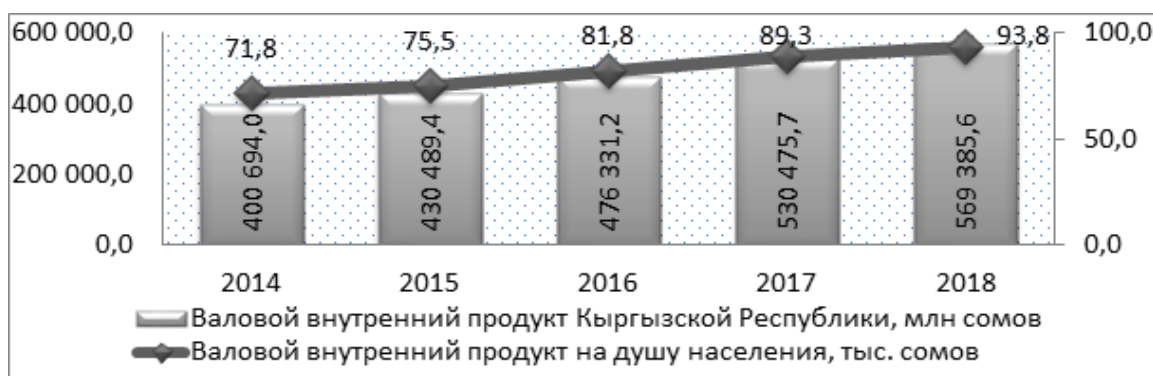


Рис. 1. Динамика валового внутреннего продукта Кыргызской Республики за 2014-2018 годы

Суммарные активы коммерческих банков Кыргызской Республики за 2014-2018 годы выросли на 64,8%, составив в 2018 году порядка 219983117,2 тыс. сомов против 133479498,7 тыс. сомов в 2014 году, тогда как обязательства выросли на 63%, составив в 2018 году порядка 182300264 тыс. сомов против 111861763,3 тыс. сомов в 2014 году (рис. 2) [1; 5; 6].

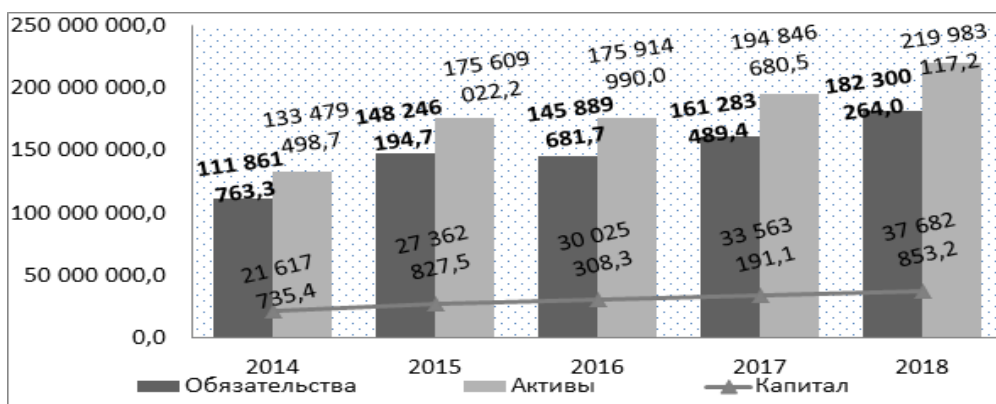


Рис. 2. Динамика активов, обязательств и капитала коммерческих банков Кыргызской Республики за 2014-2018 годы, тыс. сом.

Капитал коммерческих банков Кыргызской Республики за 2014-2018 годы вырос на 74,3% и составил в 2018 году 37682853,2 тыс. сомов против 21617735,4 тыс. сомов в 2014 году [1; 5; 6]. Анализ динамики показателей адекватности капитала коммерческих банков Кыргызской Республики за 2014-2018 годы показал, что отношение чистого суммарного капитала и активов, взвешенных по степени риска, выросло на 1,9%, составив в 2018 году 23,7% против 21,8% в 2014 году. Отношение чистого капитала первого уровня и активов, взвешенных по степени риска, также выросло за исследуемый период на 3,1%, составив в 2018 году 19,5% против 16,4% в 2008 году. Отношение чистого суммарного капитала и совокупных активов выросло всего на 0,3%, составив в 2018 году 16,5% против 16,2% в 2014 году [4] (рис. 3).



Рис. 3. Динамика показателей адекватности капитала коммерческих банков Кыргызской Республики за 2014-2018 годы, %

Уровень показателей адекватности капитала коммерческих банков Кыргызской Республики говорит о положительной динамике, направленной на укрепление их устойчивости.

Анализ динамики показателей доходности банковского сектора Кыргызской Республики за 2014-2018 годы показал, что показатель возвратности на капитал снизился в 13,4 раза, составив в 2018 году 1,4% против 18,7% в 2008 году. Показатель возвратности на активы за 2014-2018 годы вырос в 3,6 раза, составив в 2018 году 9,5% против 2,6% в 2014 году. Чистая процентная маржа за 2014-2018 годы снизилась на 0,4%, составив в 2018 году 7,9% против 8,3% в 2014 году. Спрэд за 2014-2018 годы снизился на 0,7%, составив в 2018 году 7,2% против 7,9% в 2014 году [4] (рис. 4).

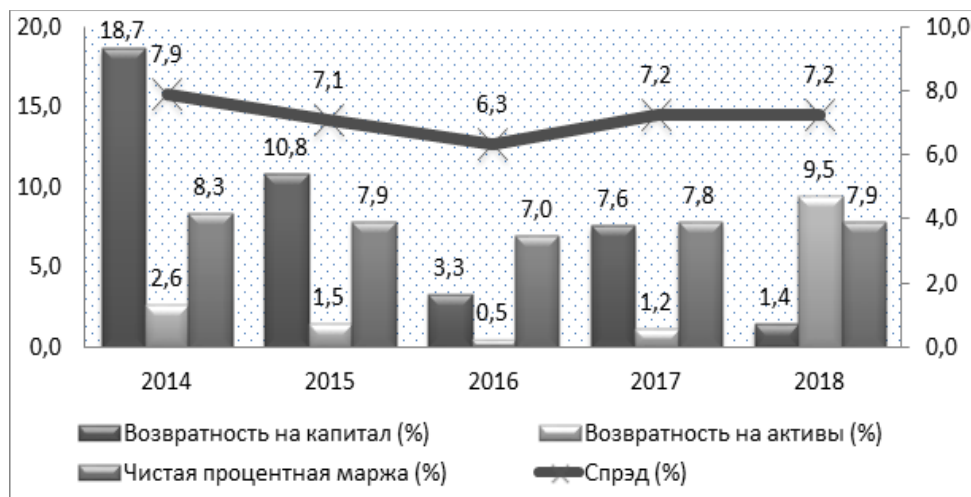


Рис. 4. Динамика показателей доходности коммерческих банков Кыргызской Республики за 2014-2018 годы, %

Таким образом, в целом доходность коммерческих банков за исследуемый период снизилась, хотя возвратность на активы выросла в 3,6 раза.

На развитие банковской системы большее влияние оказывает общее состояние экономики. Поскольку темпы развития экономики, судя по динамике ВВП Кыргызской Республики, невысокие и банковская система также развивается соответственно низкими темпами. Кроме того, следует отметить, что уровень развития предпринимательства, уровень занятости и доходов населения – это те факторы, которые также оказывают непосредственное влияние на развитие коммерческих банков. Кроме того существуют проблемы, тормозящих развитие банковской системы, среди которых недостаточное развитие механизмов кратко- и среднесрочного рефинансирования, нехватка долгосрочных ресурсов, избыточное административное бремя функционирования коммерческих банков, слабость механизмов защиты финансового суверенитета, скудное продуктивное предложение и недостаточная географическая диверсификация активов ряда крупных банков [7; 8; 9].

В Национальной стратегии развития Кыргызской Республики на 2018-2040 годы к тому же отмечено, что необходимо наращивать капитализацию коммерческих банков и усиливать их интеграционные связи с фондовым рынком, страховыми компаниями и бизнес-структурами [3]. В целях повсеместного внедрения дистанционного обслуживания НБКР предложил меры направленные на расширение возможностей по удаленному обслуживанию населения финансово-кредитными организациями. Кроме того, был определен порядок используемых в настоящее время коммерческими банками таких технологий, как интернет-банкинг, мобильный банкинг, электронные кошельки и другие технологии электронного взаимодействия, имеющих коды, пароли и иные идентификаторы для совершения юридически значимых действий с ограничением рисков по отдельным операциям [2].

В марте 2020 года в условиях глобальной пандемии коронавирусной инфекции COVID-19 курс кыргызского сома снизился. Так что 1 доллар США на 28 марта 2020 года составлял 80,20 сомов, что на 10 сом больше чем на 11 марта 2020 года. Такая ситуация негативно повлияла на деятельность коммерческих банков, резко ухудшила ситуацию с возвратом кредитов, как физических, так и юридических лиц. Национальный банк Кыргызской Республики 24 марта 2020 года принял постановление № 2020-П-09/15-9-(НПА) «Об утверждении Временного положения «О предоставлении Национальным банком Кыргызской Республики кредитов коммерческим банкам в целях смягчения негативных воздействий пандемии COVID-19 в Кыргызской Республике», направленное на поддержание стабильности банковской системы.

В этих чрезвычайных условиях необходимо сконцентрировать усилия в направлении сплошного использования населением безналичных платежей по коммунальным услугам, за товары услуги, внедрения зарплатных и пенсионных проектов, особенно в регионах, повышения инвестиционной активности населения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Официальный сайт НСК КР. – URL : <http://www.stat.kg>. – Текст : электронный.

2. О внесении изменений в некоторые нормативные правовые акты Национального банка Кыргызской Республики : Постановление Правления Национального банка Кыргызской Республики от 19 июня 2019 года №2019-П-12/32-3-(НПА). – URL : <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/800260>. – Текст : электронный.

3. О Национальной стратегии развития Кыргызской Республики на 2018-2040 годы : Указ Президента КР от 31 октября 2018 года УП №221. – URL : http://www.gov.kg/?page_id=125892&lang=ru. – Текст : электронный.

4. Обзор банковской системы Кыргызской Республики : Основные индикаторы банковского сектора. – [URL : <https://www.nbkr.kg/index1.jsp?item=1482&lang=RUS>]. – Текст : электронный.

5. Активы и пассивы коммерческих банков КР : статистические данные НСК КР. – URL : <http://stat.kg/ru/statistics/finansy/>. – Текст : электронный.

6. Отчет о стабильности финансового сектора Кыргызской Республики. – Бишкек : НБКР, 2019. – URL : <https://www.nbkr.kg/DOC/30012020/000000000053807.pdf>. – Текст : электронный.

7. Акылбекова, Н. И. Банковский сектор как ключевой фактор развития экономики Кыргызстана / Н. И. Акылбекова, С. С Байгуттиев, Т. А. Ашимбаев. – Текст : непосредственный // ЕНО : сб. матер. междунаучно-практ. конф. «Итоги науки в теории и практике 2019». – 2019. – № 12 (58). – С. 183-187.

8. Акылбекова, Н. И. Роль банковского сектора в экономике Кыргызстана / Н. И. Акылбекова, С. С Байгуттиев. – Текст : непосредственный //

Известия Иссик-Кульского форума бухгалтеров и аудиторов стран Центральной Азии. – 2019. – № 4 (27). – С. 21-26.

9. Акылбекова, Н. И. Электронные платежи как стержневой системный компонент развития финансового сектора Кыргызстана / Н. И. Акылбекова, С. С. Байгуттиев, А. К. Бобаканова. – Текст : непосредственный // ЕНО : сб. матер. междун. научно-практ. конф. «Итоги науки в теории и практике 2019». – 2019. – № 12-3 (58). – С. 187-191.

10. Саякбаева, А. А. Роль социальной составляющей в развитии экономики / А. А. Саякбаева, Н. И. Акылбекова. – Текст : непосредственный // Евразийское Научное Объединение. – Москва : ЕНО, 2018. – Т. 3. – № 2 (36). – С. 164-167.

BANK SYSTEM DEVELOPMENT IN THE KYRGYZ RESPUBLIC: PROBLEMS AND PROSPECTS

Abstract: The article analyzes the development of the banking system in the Kyrgyz Republic: analyzes the indicators of assets, liabilities, capital, capital adequacy, asset quality and profitability of commercial banks of the Kyrgyz Republic for 2014-2018, discusses the problems and promising areas of development of the country's banking system.

Keywords: banking system, gross domestic product, assets, liabilities, capital of commercial banks, indicators of capital adequacy, asset quality and profitability of commercial banks.

УДК 379.85

РОЛЬ ТУРИЗМА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Акылбекова Н.И., доцент, д-р экон. наук

Рыскулова М.К., доцент

Неевина Е.А., ст. преподаватель

Университет Адам Бишкекской финансово-экономической академии,

Кыргызская Республика, г. Бишкек

Джумабаева М.З., доцент, канд. экон. наук

Институт экономики и менеджмента, Кыргызский государственный университет им. И. Арабаева, Кыргызская Республика, г. Бишкек

Аннотация: В статье рассмотрены проблемы и перспективы развития туризма в Кыргызской Республике, представлен рейтинг стран по развитию сектора туризма и путешествий, проведен анализ динамики валовой добавленной стоимости в сфере туристической деятельности, числа тури-

стов, количества предприятий и организаций, осуществляющих деятельность в сфере туризма, числа койко-мест в месяц в санаториях и учреждениях отдыха в Кыргызской Республике за 2014-2018 годы.

Ключевые слова: туризм, Концепция устойчивого развития туризма, рейтинг стран по развитию сектора туризма и путешествий, доля туризма в ВВП, валовая добавленная стоимость в сфере туристической деятельности, числа туристов, количества предприятий и организаций, осуществляющих деятельность в сфере туризма, число койко-мест в месяц в санаториях и учреждениях отдыха.

Туризм в Кыргызской Республике является перспективной отраслью экономики, поскольку может развиваться во всех уголках республики и силами малого и среднего бизнеса. Местное население может быть вовлечено в сектор туризма, что будет основой процветания каждой семьи в отдельности и страны в целом. В Национальной стратегии развития Кыргызской Республики на 2018-2040 годы отмечено, что туризм вносит вклад в сокращение экономического неравенства между горными и равнинными территориями страны, обеспечивая поддержку горных общин и развитие горных районов через развитие туризма, их включение в туристскую логистику и бизнес-цепочки [1].

Набирает популярность сельский, курортно-рекреационный, горно-приключенческий туризм. Кыргызская Республика отличается разнообразием ландшафта от живописных долин до высоких гор семитысячников, коими являются пик Победы (7439 м), пик Ленина (7134 м) и Хан-Тенгри (6995 м). Здесь встречаются впечатляющие своей сказочностью ущелья, чистотой и горные реки и удивительной красоты озера, среди которых наиболее крупные «Иссык-Куль», «Сары-Челек», «Чатыр-Куль», «Сон-Куль». Для туристов могут быть привлекательны завораживающие водопады. Это и водопады Шаркыратма, водопад Такыр-Тор, высота которых достигает 15 метров, водопад Арчалы-Тор, где вода падает с высоты трехэтажного дома, и, конечно же, живописные каскады водопадов Кулдурек, они сливаются в один сплошной сверкающий поток воды в теснине на левом притоке реки Таш-Тектир, водопад Кек-Джайлоо, высота которого более 19 метров [13].

Кроме того развитие туризма имеет большой потенциал вследствие его позитивного мультипликативного влияния на другие сектора экономики. Однако вклад туризма в ВВП в 2018 году составлял всего 5% против 4,3% в 2014 году. Анализ динамики валовой добавленной стоимости в сфере туристической деятельности за 2014-2018 годы показал, что она выросла на 65% , составив в 2018 году 28720,5 млн. сомов против 17318,2 млн. сомов в 2014 году [3, 4, 5, 6] (см. рис. 1).

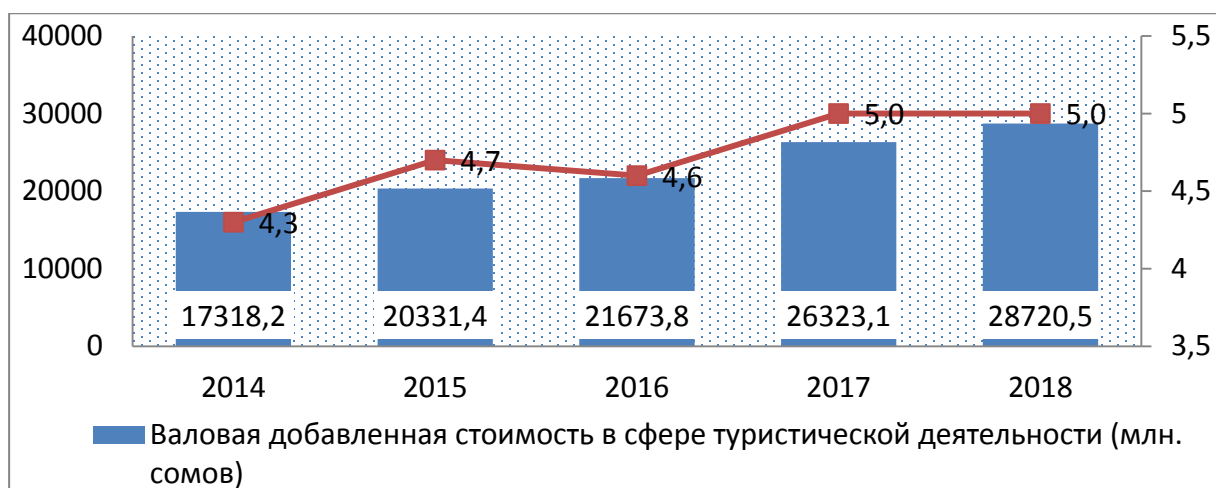


Рис. 1. Динамика валовой добавленной стоимости в сфере туристической деятельности в Кыргызской Республике за 2014-2018 годы

В рейтинге стран по развитию сектора туризма и путешествий Кыргызстан занимает 115 место, тогда как десятку первых составляют такие страны как Испания, Франция, Германия, Япония, Великобритания, США, Австралия, Италия, Канада, Швейцария [2] (см. рис. 2).

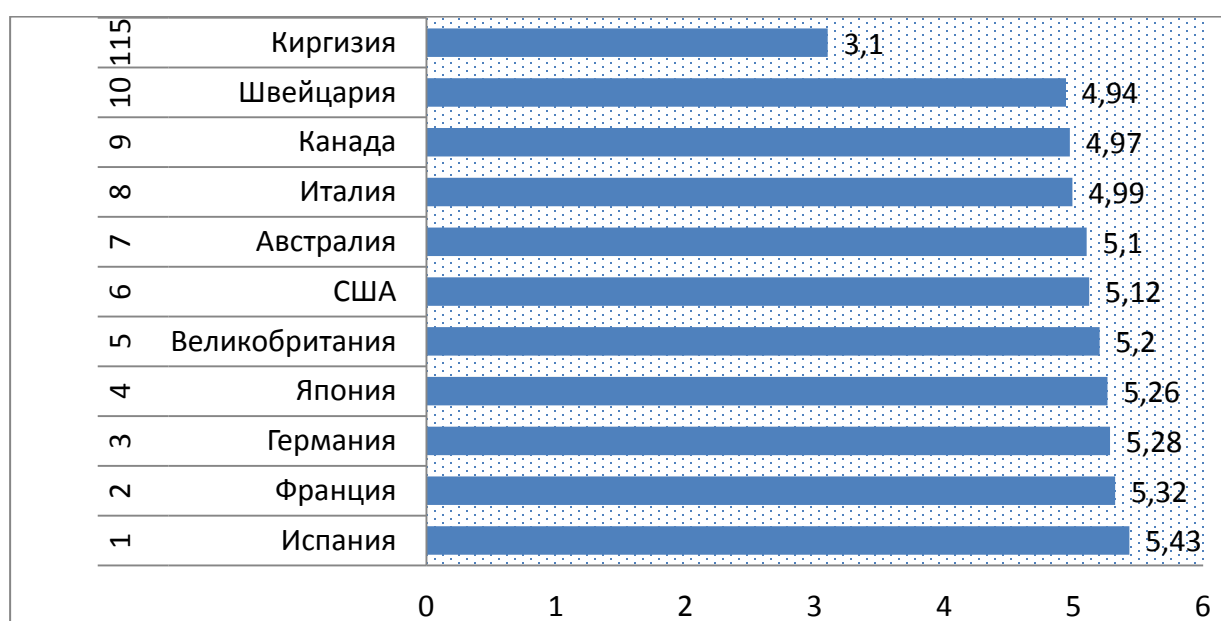


Рис. 2. Рейтинг стран по развитию сектора туризма и путешествий

Анализ динамики числа туристов в Кыргызской Республике за 2014-2018 годы показал их рост на 10,8%. Таким образом, общее число туристов в 2018 году составило 1380,4 тыс. человек против 1245 тыс. человек в 2014 году. Причем рост числа в неорганизованном секторе за исследуемый период составил 15,3% против 7,4% в организованном секторе [3, 4, 5] (см. рис. 3).



Рис. 3. Динамика числа туристов в Кыргызской Республике за 2014-2018 годы, тыс. чел.

Анализ динамики количества предприятий и организаций, осуществляющих деятельность в сфере туризма в Кыргызской Республике за 2014-2018 годы их рост на 23,2%. Большую долю в их числе в 2018 году составляли туристические агентства – 56% или 493 единиц против 387 единиц в 2014 году. Рестораны в 2018 году составляли 17,8% или 157 единиц против 128 единиц в 2014 году [3, 4, 5] (см. рис. 4).

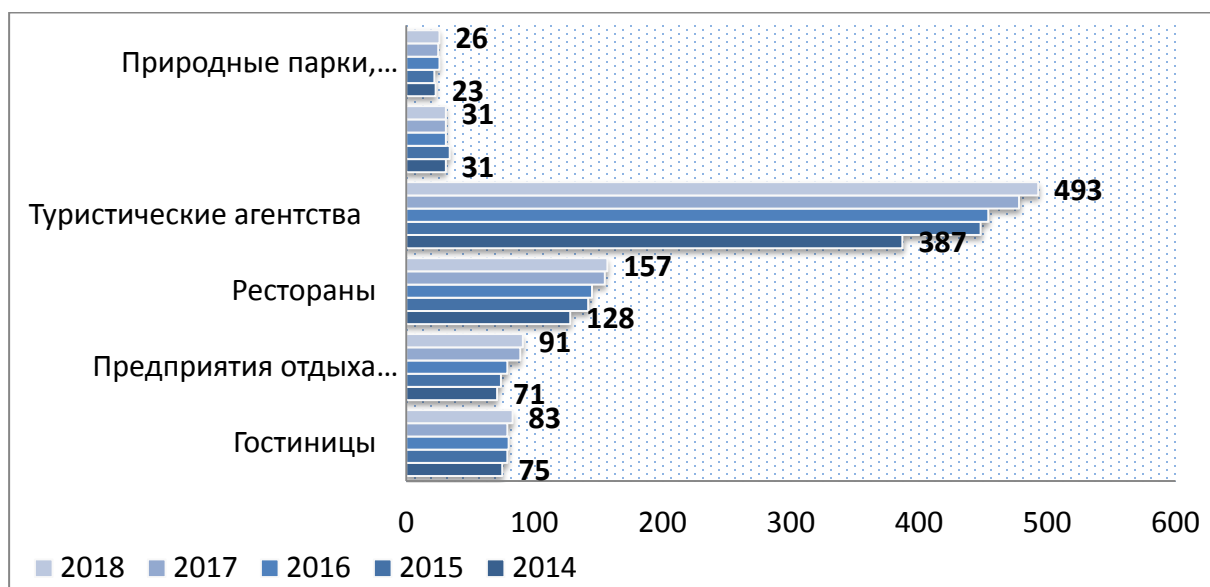


Рис. 4. Динамика количества предприятий и организаций, осуществляющих деятельность в сфере туризма в Кыргызской Республике за 2014-2018 годы, единиц

Анализ динамики числа койко-мест в месяц в санаториях и учреждениях отдыха показал их сокращение на 6%, при этом в 2018 году их число со-

ставило 27584 койко-мест против 29333 койко-мест в 2014 году. Однако число коек/мест в месяц в пансионатах с лечением выросло в 4,5 раза и составило в 2018 году 808 койко-мест против 178 койко-мест в 2014 году. Число коек/мест в месяц на базах и других учреждениях отдыха, и в спортивно-оздоровительных лагерях за исследуемый период также выросло в 2,8 и 1,9 раза соответственно. Значительно сократилось число коек/мест в месяц в санаториях-профилакториях, домах отдыха и детских оздоровительных комплексах на 44,1%, 25,8% и 20,1% соответственно [3; 4; 5] (см. табл. 1).

Табл. 1. Динамики числа койко-мест в месяц в санаториях и учреждениях отдыха в Кыргызской Республике за 2014-2018 годы

Число койко-мест в месяц в санаториях и учреждениях отдыха	2014	2015	2016	2017	2018	2018 к 2014, %
Всего	29333	31328	27786	27776	27584	0,940374
Туристические гостиницы, базы	577	593	619	579	624	1,081456
Санатории	3846	4475	4210	4168	3933	1,022621
Детские санатории	395	280	345	345	366	0,926582
Санатории-профилактории	675	711	457	433	445	0,659259
Дома отдыха	2600	1418	848	848	1928	0,741538
Пансионаты отдыха	15138	16989	14567	14250	13434	0,887436
Пансионаты с лечением	178	952	1028	1010	808	4,539326
Базы и другие учреждения отдыха	200	491	550	567	565	2,825
Спортивно-оздоровительные лагеря	814	1250	1810	1920	1560	1,916462
Детские оздоровительные комплексы	4910	4169	3352	3656	3921	0,798574

Сокращение социального разрыва между регионами позволит увеличить доступность к туристическим услугам жителей из отдалённых районов для развития внутреннего туризма. Сегмент внутреннего туризма будет расти вслед за ростом располагаемого дохода домашних хозяйств, потребности индивида в содержательном и полезном использовании свободного времени, а также увеличением численности городского населения, урбанизацией страны. Сохранение и широкое использование бренда «Всемирных игр кочевников» также будет способствовать развитию туризма, привлечению гостей и росту узнаваемости страны на мировом туристическом рынке [1].

Основными проблемами развития туризма являются:

- отстающие инфраструктура и транспортная система, не отвечающая потребностям динамично развивающегося туризма; в первую очередь авиалинии, поскольку посредством авиалиний добираются туристы;
- недостаточный уровень безопасности и страхования при организации туристской деятельности, что также негативно отражается на притоке туристов в страну;
- недостаточное инвестирование сектора;
- слабое развитие сельского туризма;
- недостаток высококвалифицированных специалистов в туристском бизнесе и др.;
- недостаточная цифровизация всех составляющих туризма [8-10; 12].

В целях ускоренного развития туризма в Кыргызской Республике следует уделить особое внимание:

- обеспечению высокого качества обслуживания и уровню безопасности и страхования жизни, здоровья и имущества туристов;
- деятельности по продвижению национального турпродукта Кыргызской Республики на мировом и региональных туристских рынках с использованием интернет-маркетинга;
- совершенствованию нормативно-правовой базы в сфере туризма, а также инвестиционного, налогового и таможенного законодательства;
- внедрению механизма государственной поддержки инвестиций в отрасль туризма Кыргызской Республики;
- развитию инфраструктуры туризма, особенно в регионах;
- обеспечению высокого качества цифрового обслуживания, в том числе банковского;
- обеспечению высокоскоростным доступом в интернет-пространство;
- развитию электронных платежей в регионах, увеличению числа банкоматов, POS-терминалов;
- развитию цифровизации туризма в регионах и др. [7; 9; 11; 12].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. О Национальной стратегии развития Кыргызской Республики на 2018-2040 годы : Указ Президента КР от 31 октября 2018 года УП №221. – URL : http://www.gov.kg/?page_id=125892&lang=ru. – Текст : электронный.
2. Рейтинг стран по развитию сектора туризма и путешествий – URL : <https://nonews.co/directory/lists/countries/travel-tourism-competitiveness>. – Текст : электронный.
3. Официальный сайт НСК КР. – URL : <http://www.stat.kg>. – Текст : электронный.
4. Туризм в Кыргызстане. Статистический сборник. – Бишкек : Нацстатком КР, 2019. – Текст : непосредственный.

5. Индикаторы развития туризма. – URL : <http://www.stat.kg/ru/statistics/turizm/>. – Текст : электронный.

6. Акылбекова, Н. И. Инвестиции – важнейший фактор развития туризма / Н. И. Акылбекова, С. К. Канатбекова. – Текст : непосредственный // Международная научно-практическая заочная конференция «Инновационные подходы развития экономики, управления и маркетинга» 26 января 2018 г. – С. 32-36.

7. Акылбекова, Н. И. Электронные платежи как стержневой системный компонент развития финансового сектора Кыргызстана / Н. И. Акылбекова, С. С. Байгуттиев, А. К. Бобаканова. – Текст : непосредственный // ЕНО : сб. матер. междун. научно-практ. конф. «Итоги науки в теории и практике 2019». – 2019. – № 12-3 (58). – С. 187-191.

8. Акылбекова, Н. И. Проблемы развития детско-юношеского туризма в Кыргызстане / Н. И. Акылбекова, Е. А. Неевина, С. К. Канатбекова. – Текст : непосредственный // Экономика. Управление. Образование. – Бишкек : УА, 2019. – № 1 (008). – С. 10-18.

9. Акылбекова, Н. И. Отдельные вопросы развития туризма в Кыргызской Республике / Н. И. Акылбекова, С. К. Канатбекова. – Текст : непосредственный // Экономика. Управление. Образование. – Бишкек : УА, 2019. – № 1 (008). – С. 18-22.

10. Акылбекова, Н. И. Концепция устойчивого развития туризма как направление его развития в Кыргызской Республике / Н. И. Акылбекова, Е. А. Неевина. – Текст : непосредственный // Экономика. Управление. Образование. – Бишкек : УА, 2018. – Бишкек : УА, 2019. – № 1 (008). – № 4 (007). – С. 78-83.

11. Акылбекова, Н. И. Страхование в туризме / Н. И. Акылбекова, С. Буланбек кызы, Э. Мамбеталиева. – Текст : непосредственный // Экономика. Управление. Образование. – Бишкек : УА, 2019. – № 1 (008). – С. 10-17.

12. Акылбекова, Н. И. Особенности развития детско-юношеского туризма в Кыргызстане / Н. И. Акылбекова, Е. А. Неевина. – Текст : непосредственный // Сб. науч. трудов по материалам IV Международной научно-практ. конференции. Детско-юношеский туризм: образовательные технологии. – Санкт-Петербург : ООО «ЮПИ», 15-20 ноября 2018. – С. 54-59.

13. Водопады Кыргызстана. – URL : <http://www.issykkul.com/nature/waterfalls.htm>. – Текст : электронный.

ROLE OF TOURISM IN THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF THE KYRGYZ REPUBLIC

Abstract: The article discusses the problems and prospects of tourism development in the Kyrgyz Republic, presents a rating of countries for the development of the tourism and travel sector, analyzes the dynamics of gross value added in the field of tourism, the number of tourists, the number of enterprises and organizations engaged in tourism, the number of places per month in sanatoriums and recreation facilities in the Kyrgyz Republic for 2014-2018.

Keywords: tourism, the Concept of sustainable tourism development, rating of countries for the development of the tourism and travel sector, the share of tourism in GDP, gross value added in the field of tourism, the number of tourists, the number of enterprises and organizations engaged in tourism, the number of beds / places per month in sanatoriums and recreation facilities.

УДК 657

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

*Аникеева А.С., Колесникова К.М., студенты
ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»,
г. Волгоград*

Аннотация: в статье рассматриваются проблемы развития бухгалтерского учета и перспективы совершенствования данной дисциплины в современных реалиях. В данной сфере происходят изменения, которые касаются не только самих специалистов, но также затрагивают автоматизированную сторону и международные стандарты финансовой отчетности (МСФО).

Ключевые слова: бухгалтерский учет, проблемы бухгалтерского учета, перспективы развития бухгалтерского учета, бухгалтерия, международные стандарты финансовой отчетности (МСФО).

Бухгалтерский учет является неотъемлемой частью деятельности любой организации. Эти данные показывают экономическое состояние предприятия, позволяют принимать важные управленческие решения и измеряют активность любого бизнеса с финансовой стороны. С развитием общества такое направление как бухгалтерская деятельность (эта сфера деятельности) претерпевает изменения и благополучно меняется в ногу со временем. На сегодняшний день существует ряд проблем, связанных как с ведением и автоматизацией бухгалтерского учета, так и с донесением нужной информации будущим работникам. Поэтому вопрос выявления проблем и своевременного их решения носит актуальный характер.

Одной из первых проблем можно выделить необходимость совершенствования методик преподавания учебных дисциплин. Подготовка специалистов бухгалтерского учета должна отвечать требованиям современной рыночной экономики и региональным потребностям. Неспособность приближения ВУЗаами выполнения настоящих запросов работодателей доставляет неудобства, как и самим студентам, так и рекрутерам.

Следующей проблемой является слабо разработанная в финансовом учете автоматизация вычислительных работ. Алгоритмы, которые используются программными обеспечениями, являются достаточно сложными для использования, поэтому автоматизация могла бы упростить анализ бухгалтерской отчетности, а также способствовало повышению качества составления экономической информации. Также в связи с переходом на МСФО появляется проблема необходимости совершенствования программных продуктов или создание новых, которые будут соответствовать новым стандартам ведения учета [5, с.354].

Бухгалтерские записи показывают финансовые данные фирмы, и они могут быть использованы менеджерами, независимыми аналитиками, аудиторами и правительством. Следовательно, другой важной проблемой становится вопрос обеспечения информационной безопасности. На сегодняшний день еще не созданы специальные нормативно-правовые акты или технологии, которые гарантировали бы полную конфиденциальность данных на публичном облаке [3, с.59].

На современном этапе ведение бухгалтерского учета сложно представить без компьютерных программ и других информационных технологий. Решение вышеупомянутых проблем требует целенаправленных и своевременных действий. Тогда у дисциплины бухгалтерского учета будут появляться новые перспективы для развития в условиях быстроразвивающейся экономики.

В настоящее время вести бухгалтерский учет и финансовую отчетность в Российской Федерации по федеральным стандартам – это обязанность всех предприятий независимо от организационно-правовой формы. Свое начало российская законодательная практика бухгалтерского учета берет с 1991 года, когда был введен план счетов, утвержденный Министерством финансов РФ. План счетов расширил учет объектов и позволил сгруппировать всю общую информацию о хозяйственной деятельности предприятия [4, с.4]. План счетов, по сути, – это экономическая схема регистрации и записи хозяйственных операций, отраженных в бухгалтерском учете. На сегодняшний день также необходимо знание и применение международных стандартов финансовой отчетности (МСФО). Потому что российские корпорации все интенсивнее внедряются в международную экономику [4, с.6]. В этой связи им просто необходимо знать и уметь применять на практике международные стандарты. В перспективе ожидается переход российских предприятий на систему международных стандартов в связи с интеграцией мирового сообщества.

В рамках перспективы развития бухгалтерского хозяйства в РФ уже есть некие сдвиги. Так, в 2013 вступил в силу Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ, в котором прописаны нормативные положения о порядке ведения документации и составления форм отчетности. Каждый год дополняются федеральные стандарты бух-

галтерского учета в законодательные или иные нормативные правовые акты. Так, Приказ Минфина России от 15.11.2019 г. № 180н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 5/2019 «Запасы» был опубликован на официальном сайте МИНФИНа России [1, с.1].

Настоящий стандарт устанавливает требования к формированию в бухгалтерском учете информации о запасах организаций, а его основой является МФСО. В соответствии с МСФО в программу реформирования российской учетной практики следует отнести широкий спектр преобразовательных работ, но необходимо эти стандарты адаптировать под российскую историческую модель экономики. Во-первых, можно выделить развитие нормативно – правового регулирования, что подразумевает обдуманное перенесение некоторых международных стандартов в отечественную практику. Не стоит забывать об историческом прошлом бухгалтерского учета РФ, но без международной базы хозяйственного учета, российским компаниям будет сложно ассимилироваться на международный рынок. Во-вторых, необходима подготовка/переподготовка кадров бухгалтерского отдела на применение международных стандартов в составлении хозяйственной отчетности.

На долгосрочную перспективу развития российской практики запланировано сотрудничество с иностранными органами регулирования бухгалтерского учета, отчетности. Что приведет дополнительные инвестиции в российскую экономику и позволит отечественным организациям вести международный бизнес. Таким образом, в перспективе развития системы бухгалтерского учета в Российской Федерации есть положительные сдвиги. Адаптирование международной системы финансовой отчетности под отечественную систему принесет положительный результат на микро- и макроэкономику страны.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Приказ Минфина России от 15.11.2019 № 180н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 5/2019 «Запасы». – URL : https://minfin.gov.ru/ru/document/?id_4=129899-pri-kaz_minfina_rossii_ot_15.11.2019__180n_ob_utverzhdenii_federalnogo_standarta_bukhgalterskogo_ucheta_fsbu_52019_zapasy. – Текст : электронный.
2. Министерство финансов РФ : [сайт]. – URL : <https://www.minfin.ru/>. – Текст : электронный.
3. Бессонова, И. С. Проблемы развития бухгалтерского учета в современных условиях / И. С. Бессонова. – Текст : непосредственный // Проблемы современной экономики. – Челябинск : Два комсомольца, 2015. – С. 58-60.
4. Бухгалтерский учет : учеб. пособие / авт.-сост. Н. Н. Илышева, Е. Р. Синянская, О. В. Савостина. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 156 с. – Текст : непосредственный.

5. Общество и экономическая мысль в XXI в. : пути развития и инновации : материалы V Межд. студенч. научно-практ. конф. (6 апреля 2017 г.). – Воронеж : Воронежский филиал РЭУ имени Г.В. Плеханова, 2017. – 354 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: Кузьмина Е.В., доцент, канд. экон. наук, Волгоградский государственный технический университет.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF ACCOUNTING

Authors: Anikeeva A.S., anikeeva.00@bk.ru, Kolesnikova K.M., kolesnikova_k00@mail.ru.

Research supervisor: Kuzmina E.V., docent, PhD in Economics.

Abstract: The article presents the problems of accounting development and the prospects for improving this discipline in modern realities. In this area, changes are taking place that affect not only the specialists themselves, but also affect the automated side and international financial reporting standards (IFRS).

Keywords: accounting, accounting problems, prospects for the development of accounting, bookkeeping, international financial reporting standards (IFRS).

УДК 657

РОЛЬ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

*Антонова Р.А, Головлева Л.С. студенты
ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»,
г. Волгоград*

Аннотация: В данной статье рассматривается важность и необходимость ведения бухгалтерского учета в современной действительности. Помимо этого, анализируется роль бухгалтерской отчетности как компонента системы бухгалтерского учета. Также оценивается роль бухгалтерского учета в Российской Федерации, и выделяются перспективы развития российского бухгалтерского учета.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, бухгалтерская отчетность, 1С: Предприятие, хозяйственная деятельность, современная экономика.

Бухгалтерский учет – это четко организованная система сбора, регистрации и обобщения информации в финансовом выражении об имуществе, обязательствах организации и их движении путем непрерывного документального учета всех производственных операций. На сегодняшний момент жизнь каждого второго человека связана с расчетами финансов, их движе-

нием или вложениями. При переходе от старого общественного строя к новому, бухгалтерский учет усовершенствовался до почти полной автоматизации процесса. Хозяйственный учет необходим для любых организаций и предприятий, т.к. основу жизни составляет производство материальных благ. Любое производство неразрывно связано с определенными затратами, которые необходимо рассчитывать, учитывать и контролировать. В настоящее время бухгалтерский учет играет важную роль во всем мире, так как без него невозможно вести ни одну бизнес-деятельность. В нашей стране сейчас ведение бухгалтерского учета является обязательным, законодательно закрепленным требованием. Так же бухгалтерский учет нужен и самим предприятиям для мониторинга издержек производства, учета расчета рентабельности и ликвидности. Главной его функцией является сбор финансовой информации. Бухгалтерская информация необходима для огромного количества пользователей: учредителям, инвесторам, кредитным учреждениям, контрагентам, конкурентам, а также персоналу предприятия.

Основным и самым важным источником информации является бухгалтерская отчетность. Она имеет большое значение, потому что в ней содержатся все результаты хозяйственной деятельности организации. Отчетность играет особую роль для кредиторов и вкладчиков, так как она помогает оценить доходность и платежеспособность предприятия. Так же данные бухгалтерской отчетности являются основным источником для дальнейшего планирования деятельности организации. Отчетность должна содержать в себе достоверную и точную информацию и, одновременно с этим, должна отражать взаимосвязь данных отчетных периодов с данными прошлых периодов. Также, для эффективного управления деятельностью предприятия необходимо владеть информацией об экономических процессах и явлениях, которые непрерывно происходят в большинстве организаций, что наглядно иллюстрирует тот факт, что бухгалтерский учет играет очень важную роль в экономическом секторе, а именно в системе управления финансами организации.

Помимо этого, бухгалтерский учет можно считать языком бизнеса, т.к. именно с финансовой части закладывается фундамент того, или иного предприятия. Поэтому очень важно определить и обозначить правила ведения бухгалтерского учета, которые будут общими для всех бухгалтеров и руководителей организаций и предприятий. На законодательном уровне главным документом, закрепляющим все основы ведения бухгалтерского учета, является Федеральный закон от 06 декабря 2011 года №402-ФЗ «О бухгалтерском учете». Он является основным и обязательным к исполнению для всех предприятий.

На предприятиях все хозяйственные операции и процессы отражаются в денежной форме, именно поэтому очень важна организация контроля за ведением бухгалтерского учета для рационального использования денежных средств. Контроль за процессом бухгалтерского учета позволяет видеть положительные и отрицательные изменения в хозяйственной деятельности

организации и, соответственно, своевременно принять меры по устранению отрицательных изменений. Обобщив, можно сделать вывод о том, что контроль позволяет увеличить доходную часть бюджета предприятия.

Развитие бухгалтерского учета всегда тесно связано с изменениями экономической ситуации страны и ее экономическим положением. С изменением экономической системы в России произошли значительные изменения в хозяйственной деятельности предприятий, вместе с чем изменилось и ведение бухгалтерского учета. В нынешнее время бухгалтерский учет особенно отличается от учета во времена СССР, причиной чего стало введение разнообразных положений и стандартов в законодательстве Российской Федерации. Несмотря на большинство изменений, некоторые приемы и методы все еще используются. У новых введений же есть свои недостатки, которые приостанавливают развитие современной экономики в сфере бухгалтерского учета. Но все эти несовершенства новой системы не являются препятствием освоения новых видов хозяйственной деятельности и их дальнейшего развития. Роль бухгалтерского учета стала еще более значимой при переходе к новым стандартам хозяйствования.

Также можно проследить, что бухгалтерский учет с каждым годом все быстрее и интенсивнее развивается и совершенствуется, например, перспективным развитием бухгалтерского учета является освоение средств автоматизации, например, 1С: Предприятие, Инфобухгалтер, Гарант, Консультант плюс и другие, что позволяет сократить затраты на ведение бухгалтерского учета и делает протекание этого процесса более прозрачным. Самым распространённым инструментом ведения бухгалтерской отчетности в РФ является программа «1С: Предприятие», которая обеспечивает открытый и быстрый для отслеживания процесс ведения учета в организации. Ее неоспоримыми преимуществами являются возможность ведения всех видов бухгалтерского и налогового учета и универсальность программы, что позволяет использовать ее различным, как малым, так и большим, организациям. Ведение бухгалтерии является одним из основных компонентов деятельности любого предприятия, ведь организация бухгалтерской отчетности формирует базовую составляющую всего экономического сектора организации. Таким образом, бухгалтерский учет - это неотъемлемая часть российской экономики, которая позволяет регистрировать, анализировать и контролировать хозяйственную деятельность каждой организации в стране.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете». – URL : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/. – Текст : электронный.
2. Погорелова, М. Я. Бухгалтерский (финансовый) учет : Теория и практика : учеб. пособие / М. Я. Погорелова. – Москва : ИЦ РИОР; НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 331 с. – Текст : непосредственный.

3. Чуви́кова, В. В. Бухгалтерский учет и анализ : учеб. для бакалавров / В. В. Чуви́кова, Т. Б. Иззука. – Москва : Дашков и К, 2015. – 248 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: Кузьмина Е.В., доцент, канд. экон. наук, Волгоградский государственный технический университет.

THE ROLE OF ACCOUNTING IN THE RUSSIAN ECONOMY

Authors: Antonova R. A., regina_antonova01@mail.ru, Golovleva L. S, Ilgolovleva@mail.ru.

Research supervisor: Kuzmina E.V., docent, PhD in Economics.

Abstract: This article discusses the importance and necessity of accounting in modern reality. In addition, the role of accounting reports as a component of the accounting system is analyzed. It also assesses the role of accounting in the Russian Federation and highlights the prospects for the development of Russian accounting.

Keywords: accounting, accounting reporting, 1С: Enterprise, economic activity, modern economy.

УДК 55.042

ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ КАК СОВРЕМЕННОЙ ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Анто́севич А.А., студент

*ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»,
г. Волгоград*

Аннотация: В статье рассмотрены различные подходы авторов на понятие электронной коммерции. В результате исследования выявлены разные подходы авторов к сущности понятия электронной коммерции, выделены ее характерные признаки. Уточнено определение электронной коммерции как формы ведения бизнеса, основанной на использовании информационных технологий.

Ключевые слова: Электронная коммерция, информационные технологии, бизнес-процессы, характерные признаки электронной коммерции, основные преимущества электронной коммерции.

Электронная коммерция на современном этапе развития экономики является уже обычным явлением. Организации, особенно те, которые относятся к крупному бизнесу, часто используют такую форму в своей деятельности. Понятий электронной коммерции в экономической науке есть множество и они неоднозначны. Как показал анализ экономической лите-

ратуры, большинство авторов рассматривают электронную коммерцию через несколько подходов: процессный; системный; эмпирический; этимологический подход и др. Разработка научного понятия электронной коммерции является основной задачей для этой отрасли экономической науки, которая находится на этапе своего формирования. При решении этой задачи, авторы сталкиваются с проблемой конфликтов разных подходов. В особенности, между эмпирическим подходом и этимологическим.

Определение предметной области электронной коммерции, согласно эмпирическому подходу авторов, основывается на информации об уже существующих системах электронной коммерции. Недостаток такого подхода – наука ограничивается описательным характером изложения и не отражает суть процессов, не раскрывает заложенные в них закономерности. Если в определении электронной коммерции просто перечислить ее формы, известные автору, то в связи с динамичным развитием этой отрасли экономики определение достаточно быстро утратит актуальность.

Определение предметной области электронной коммерции, согласно этимологическому подходу, основывается на понятиях электронного и коммерции. С. Н. Смирнов, будучи сторонником этимологического подхода, делает шаг в сторону подхода эмпирического (упоминая маркетинг). Согласно его мнению, электронная коммерция – это маркетинг, покупка и продажа продуктов и услуг на технологической основе Internet. Такого же мнения придерживается в своей книге Илайес М. Эвод. Автор подчеркивал определение электронной коммерции через понятие интернет-маркетинга. Он указывал, что электронная коммерция обеспечивает более эффективное использование инвестиций [4, с.105].

Системному подходу свойственна иерархичность, требующая многоуровневого изучения электронной коммерции. При таком подходе необходимо рассматривать электронную коммерцию не изолированно, а в единстве связей с внешней средой малой организации, постигать сущность каждой связи и отдельного элемента, проводить ассоциации между общими и частными целями.

Дэвид Козье был одним из первых авторов, которые уделили должное внимание теоретической стороне вопроса с позиции системного подхода. Автор сформулировал первое определение электронной коммерции и является исследователем, который рассматривал электронную коммерцию на примере электронной торговли. Основой электронной коммерции Д. Козье считает структуру традиционной торговли, отмечая, что использование электронных сетей придает ей гибкость. Автор указывает, что электронная коммерция и электронная торговля имеют одинаковое значение. [1, с.86]

В процессном подходе выделяют в системе электронной коммерции сети процессов и управления этими процессами. Так, например, через процессный подход К. С. Холодкова формулирует широкое определение электронной коммерции. В качестве более узкого понятия она выделяет термин «электронная торговля» (процесс удаленного приобретения мате-

риальных и нематериальных товаров и услуг посредством телекоммуникационных сетей) [6, с.1014].

О. М. Гаврилова, изучив разные мнения авторов, формулирует свое понятие электронной коммерции, к которому относится не только Интернет-банкинг, а вся банковская деятельность. Согласно этому понятию, электронная коммерция – это различная форма бизнес-процессов, при которой осуществляется взаимодействие между разными субъектами электронным образом, а также по средствам Internet [2].

Еще один исследователь, который рассматривает понятие электронной коммерции через процессный подход, Владимир Звасс формулирует такие характеристики электронной коммерции: обмен бизнес-информацией, налаживания бизнес-отношений, осуществления бизнес-транзакций через телекоммуникационные сети, а также торговые отношения. То есть он выделяет именно бизнес сторону понятия. Данную позицию разделяют А. Саммер и Г. Дункан, которые определяют электронную коммерцию как любую конфигурацию бизнес-процесса, в котором между субъектами происходит взаимодействие именно электронным образом [5, с.235].

На основании мнений авторов, можно сделать вывод, что основными характерными признаками электронной коммерции являются:

- Использование различных информационных систем и технологий для осуществления сделок.

- Использование современных информационных технологий, что позволяет получать прибыль традиционно, а чаще посредством различных интернет-аналогов реальных денег и средств оплаты.

- Среда реализации активов, используют так же и информационные сети, электронные обороты.

- Способность активов, как материальных находящихся в вещественной форме, так и электронного варианта (каким-либо образом проведенных в оцифрованный вид), быть быстро проданным по рыночной цене.

- Постоянность однотипных операций, которые производятся пользователем, и есть возможность произвести замер данных операций провайдером и засвидетельствована сторонними аудиторами.

- Закрепление права собственности на торговлю или приобретение активов, находящихся как в традиционной форме, так и современной оцифрованной, электронной [7, с.80].

Таким образом, можно выделить основные преимущества электронной коммерции:

- Благодаря скорости прохождения и себестоимости пользователи (физические и юридические лица, финансовые структуры, товаропроизводители, поставщики и потребители услуг и товаров) могут обмениваться данными, проводить финансовые расчеты и заключать сделки в онлайн-режиме.

- Наличие, осуществление и заключение коммерческой сделки в сети Internet, которая передает право собственности на услугу или товар от одного участника к другому без физического присутствия сторон [8, с.114].

– Существенно упростился процесс обмена документацией. В области электронных переводов (платежей) складывается аналогичная ситуация. Между финансовыми учреждениями работает эффективный механизм взаимодействия в части кредитования и дебетования счетов клиентов.

Особенностью понятия «электронная коммерция» является его применение ко всей экономической деятельности, связанной с использованием информационных технологий. По сути, электронная коммерция составляет базу, на которой строится сетевая экономика [1, с.86].

В области электронной коммерции основными сферами управления компании является е-маркетинг, е-поставки и е-финансирование. Когда электронная коммерция становится отдельным видом бизнеса, который существует независимо от традиционного, ситуация требует особого подхода. Например, производитель, продававший товары через дистрибьюторов или дилеров (традиционных участников цепи), вдруг начинает предлагать их клиенту напрямую через сеть. Кроме негативной реакции со стороны традиционных участников цепи, организация, при сохранении обычного процесса распределения, просто не сможет обслужить клиентов по-новому. В таком случае, требуется предусмотреть, создать систему, которая позволит стратегии электронного бизнеса работать эффективно, а также соединит их с традиционными операциями. Если эти системы не объединить, традиционный и электронный способ ведения дел могут сильно пострадать. Деятельность автомобильного гиганта Volvo – наглядный тому пример. Компания была одной из первых производителей автомобилей, которые начали работать через электронную коммерцию. Первое время сайт не был обеспечен интеграцией с внутренней организационной структурой компании, на жалобы клиентов, поступающие через электронную почту, ответов не было, что привело к росту негативных откликов о работе компании [3, с.148].

Таким образом, можно сделать вывод, что подходы авторов к выработке определения электронной коммерции не противоречат, а дополняют друг друга. Выделив ее характерные признаки, особенности и преимущества, мы можем вывести общее определение. Под электронной коммерцией понимается форма ведения бизнеса, основанная на использовании информационных технологий и осуществлении взаимодействия между разными субъектами электронным образом. Электронная коммерция – это возможность для любого предприятия увеличить деловую активность и расширить свою деятельность. Расширение деятельности происходит при входе в электронный бизнес, здесь число возможных партнеров компании увеличивается на количество предприятий, действующих на глобальном рынке. Деловая активность возрастает при выходе в е-бизнес, здесь он приобретает преимущества: быстрое и гибкое выполнение заказов клиентов, быстрая доставка и высокое качество продукции, экономия средств и имущества.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Быстрова, Н. В. Электронная коммерция и перспективы ее развития / Н. В. Быстрова, К. А. Максимова. – Текст : непосредственный // Инновационная экономика. – 2018. – № 7 (33). – С. 86-90.
2. Гаврилова, О. М. Значение электронной коммерции для современного бизнеса и общества / О. М. Гаврилова. – Текст : электронный // Гуманитарные научные исследования. – 2016. – № 7. – Ч. 2. – URL : <http://human.snauka.ru/2015/07/12160>.
3. Кондратьева, К. В. Электронная коммерция в России / К. В. Кондратьева. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2018. – № 50. – С. 148-150.
4. Маслова, Н. Ю. Основные составляющие электронной коммерции, используемые в автомобильном бизнесе / Н. Ю. Маслова. – Текст : непосредственный // Вестник Московского государственного областного университета. Серия : Экономика. – 2009. – № 3. – С. 103-106.
5. Савченко, Н. К. Электронная коммерция – инновационная форма ведения бизнеса / Н. К. Савченко, Ю. К. Шакирова. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – № 5. – С. 235-238.
6. Сорокина, А. И. Обзор литературы по теме «Электронная коммерция» : определение понятия, проблемы и перспективы развития / А. И. Сорокина. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – № 11. – С. 1013-1015.
7. Фаустова, К. И. Электронная коммерция – новое направление экономической деятельности / К. И. Фаустова. – Текст : непосредственный // Территория науки. – 2016. – № 6. – С. 79-83.
8. Шайдуллина, В. К. Электронная торговля и перспективы ее развития в мировой экономике / В. К. Шайдуллина. – Текст : непосредственный // Вестник университета. – 2019. – № 3. – С. 114-119.

Научный руководитель: Шевченко С.А., канд. пед. наук, доцент, Волгоградский государственный технический университет.

CHARACTERISTIC FEATURES OF ELECTRONIC COMMERCE AS A MODERN FORM OF BUSINESS

Author: Antosevich Anna Alekseevna, student, antosevich.anna@gmail.com.

Research supervisor: Shevchenko S.A., Ph.D., Associate Professor, Volgograd State Technical University.

Abstract: The article discusses the various approaches of the authors to the concept of electronic commerce. As a result of the study, different approaches of the authors to the essence of the concept of electronic commerce were revealed, its characteristic features were highlighted. The definition of e-commerce as a form of doing business based on the use of information technology has been clarified.

Keywords: E-commerce, information technology, business processes, characteristic features of e-commerce, the main advantages of e-commerce.

ТРЕНДЫ КИБЕРСПОРТА В КАЗАХСТАНЕ

*Арын А.Д., Дегемерзанов Д.А., Мелисов Е.Ш., студенты
Almaty Management University, Республика Казахстан, г. Алматы*

Арын Р.Д., ученик

Гимназия № 56, Республика Казахстан, г. Алматы

Аннотация: В данной статье рассмотрены особенности развития киберспорта в Казахстане: даны основные понятия, направления, закономерности. Представлен обзор статистических данных за последние три года, выявлены черты современного развития, включая предпринимательство и стратегическое планирование.

Ключевые слова: киберспорт, геймер, гейминг, стриминг, стратегия, тактика, мотивация.

В современное время киберспорт стал активным развивающимся видом спорта в Казахстане. Непосредственно с киберспортом напрямую или косвенно связаны индустрии по производству сопутствующей продукции и услуг, которые благодаря новому направлению получают мультипликативный эффект.

Гейминг с англ. Gaming означает понятие, которое описывает занятие, увлечение играми (азартными, компьютерными и т. п.) [1]. Под термином гейминг обозначают увлечение именно компьютерными играми, а геймерами называют активных игроков в компьютерные игры. Концепция гейминга представляет собой понимание такого способа деятельности обучающихся, одним из ключевых принципов которого является включение игровых стратегий и тактик в образовательный процесс [3].

Инфраструктура киберспорта не ограничивается производством самих компьютерных игр. Сразу отметим, что трендовыми играми в Казахстане являются: DOTA 2, Counter Strike: Global Offensive, World of Tanks, League of Legends, Call of Duty и прочие. В нее включаются производство специального оборудования, «стриминг» (прямая трансляция), планирование и организация соревнований-турниров на различных уровнях, для различной целевой аудитории. Кроме того, следует отметить, что в республике актуальными остаются компьютерные клубы, функционирующие 24/7 с предоставлением сервиса, питания, комнат для отдыха, системой кондиционирования, а самое главное – новейших компьютерных устройств с IT-сервисом. И это только часть. Большинство предпринимателей занимаются размещением рекламы во время стриминга и турниров, а также вкладывают свои инвестиции в человеческий капитал – набирают перспективную молодежь и, возвращают, обучают, формируют команды, оказывают пол-

ное обеспечение – полный пансион с одной целью. Если команды «выстреливают» – это отличные доходы, так как именно этот вид спорта не имеет ограничений, потребители ожидают зрелищ с «адреналином» и с огромным удовольствием наслаждаются данным новым видом спорта.

25 июня 2018 года киберспорт был включен в реестр видов спорта в Казахстане по заявлению РОО «Qazaq Cybersport Federation», которое получило статус аккредитованной национальной спортивной федерации по киберспорту. А аккредитация спортивной федерации – это процедура признания правомочий спортивной федерации по развитию вида (видов) спорта на территории Республики Казахстан (согласно п.3 Правил аккредитации спортивных федераций, утвержденных приказом Министра культуры и спорта Республики Казахстан от 27 ноября 2014 года № 121). Согласно закону «О физической культуре и спорте», уполномоченный орган утверждает единый республиканский календарь спортивно-массовых мероприятий по предложениям республиканских аккредитованных спортивных федераций по видам спорта и обеспечивает его реализацию [2].

Как и в любом виде спорта, киберспорт имеет две стороны «медали», явных поклонников, которых очень часто воспринимают как людей «зависимых», и непосредственно тех, кто является «домашним игроком» и «профи». Однако хотим отметить, что геймеры должны обладать стойкостью характера, лидерством, стратегическим мышлением, иметь навыки построения грамотных и эффективных тактик, а для этого необходимо знать не только противников в «лицо», но и добывать информацию о них, об их характере, линии поведения, типу личности. Киберспортсмены, как и в любом виде спорта, – это сильные личности, умеющие совладать со своим организмом физически, но и уделяющие достаточное внимание своим физическому статусу. Так как выдержке придают физические нагрузки.

Желание быть первым, лидером, получить личностные достижения – это не все мотивы геймера. Этот вид спорта имеет ряд положительных качеств, таких как построение коммуникаций с противниками, с командой. Это выход за рамки своих традиций, языка общения, стиля и много другого. Говоря о преимуществах, нужно отметить такие навыки как умение анализировать, стратегическое планирование, мотивация команды, постоянный контроль над собой и своей командой. Однако, как и в любом профессиональном спорте, имеются и недостатки. Многие геймеры увлекаются желанием как можно больше пройти уровней, не на качественном уровне, а «любительно» потратить время с друзьями и в условиях карантина. И, незаметно для себя, употребляют сверхкалории, увлекаются энергетиками и другими сладкими «газировками». Все это негативно сказывается на учебе, семье, близких людях, самой личности и их здоровье. Здесь бы мы хотели отметить и понятие фантазии и фактор «полного погружения», потери времени. Но это удел «слабых» и не отдающих себе отчета.

В мире данное направление набирает обороты, особенно в условиях Пандемии объявленной ВОЗ (Всемирной организацией здравоохранения) по COVID -19. И все больше мировых спортивных и компьютерных брендов рассматривают это как очень привлекательные инвестиции и предпринимательство, стараются спонсировать данное направление, формировать лояльность потребителей и их предпочтения.

По данным площадки «Stem», в Республике Казахстан количество игроков составляет более 1 млн. человек. А по данным поисковых систем и социальных сетей, суммарная аудитория, интересующихся киберспортом, составляет 1 млн. 251 тыс. человек. Например, только в г. Алматы количество интересующихся – 356 тыс. человек [2].

Данные показатели демонстрируют высокий потенциал на перспективу, интерес со стороны потребителей, особенно молодежи. На наш взгляд, необходимо киберспорту уделять внимание на уровне государства. Так как некоторые технические характеристики просто не позволяют местным геймерам выйти на республиканский и международный уровни. В системе киберспорта немаловажным показателем является Ping, т.е. скорость (время) отклика сервера на действия игрока. Другими словами, этот показатель напрямую зависит от провайдера и его работы, от сервера.

Проведя анализ статистических данных, технологий, видов компьютерных игр и мнений геймеров, можно сделать вывод, что в Казахстане киберспорт набирает большие обороты, является с точки зрения коммерциализации хорошим источником дохода для мировых компаний по производству спортивной продукции и технологий, дополнительной прибылью в виде рекламы и стриминга. Но с точки зрения стратегических решений, на наш взгляд, – это должны быть организованы детские кружки по развитию геймеров с учетом психологии, стратегического мышления, где шахматы станут дополнительным инструментом по выстраиванию тактики. Это станет решением занятости детей, подростков, но абсолютно на другом уровне, включая физическую их подготовку.

В заключении хотим отметить, что Республика Казахстан находится на 21 месте среди стран по количеству игроков в таких дисциплинах как CS:GO, PUBG, Dota 2. Есть определенные достижения республиканских команд, это участие и призовые победы в известных международных соревнованиях, таких как Gambit Esports на PGL 2017 Krakow Major Championship, победа Gambit Esport на ROG Masters 2017, 3-е место Gambit Esports на Adrenaline Cyber League 2018, победа AVANGAR на CIS Minor Championship 2018 – Boston, победа AVANGAR на IEM Katowice 2018 PUBG.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Иванова, Н. А. Мотивация игроков в компьютерные игры и киберспорт / Н. А. Иванова. – Текст : непосредственный // Ученые записки ун-та им. П. Ф. Лесгафта. – 2017. – № 11. – С. 321-325.

2. Киберспорт в Казахстане : достижения, развитие и возможности для бизнеса // Baigenews от 15.08.2019. – URL : <https://strategy2050.kz/ru/news/53631/>. – Текст : электронный.

3. Лобачева, Н. А. Концепция гейминга и ее роль в образовательном дискурсе / Н. А. Лобачева. – Текст : непосредственный // Вестник МГОУ. Серия : Педагогика. – 2018. – № 2. – С. 32-42.

Научный руководитель: Рахимбекова Ж.С., канд. экон. наук, доцент Almaty Management University.

E-SPORTS TRENDS IN KAZAKHSTAN

Almaty Management University, Almaty, Republic of Kazakhstan.

Abstract: This article discusses the features of the development of e-sports in Kazakhstan: the basic concepts, directions, patterns. A review of statistics over the past three years is presented, features of modern development, including entrepreneurship and strategic planning, are identified.

Keywords: e-sports, gamer, gaming, streaming, strategy, tactics, motivation.

УДК 005

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА

Астахова М.В., студент

Almaty Management University, Республика Казахстан, г. Алматы

Аннотация: В современных условиях менеджмент различных предприятий и организаций занимает актуальное место в управлении, это объясняется интеграцией всех ресурсов и процессов организации, обеспечением управленческих отношений и повышением их конкурентоспособности.

Ключевые слова: менеджмент, управление, искусство, наука, функции менеджмента, управление организацией.

В настоящее время к менеджерам, в особенности к менеджерам, занимающим высокий пост, предъявляются высокие требования в плане теоретических познаний в сфере научного управления, и в плане практической подготовки, что не случайно, так как ключевой фигурой в деятельности любой организации является сегодня именно менеджер [2, с.32].

Что же такое менеджмент? Данная концепция интерпретируется каждым автором по-разному, рассмотрим и проанализируем некоторые из них. По мнению В. В. Кафидова, менеджмент представляет собой самостоятельный вид профессионально осуществляемой деятельности, направлен-

ной на достижение целей путем рационального использования принципов, функций и методов научного управления и с использованием материальных и трудовых ресурсов [4, с.28].

Как считает В. А. Плоскова, менеджментом называется система методов управления в рыночной экономике, которая подразумевает при минимальных затратах постоянное стремление повысить эффективность производства, ориентацию компании на спрос и потребности рынка, с целью получения оптимальных результатов [7, с.495].

Менеджмент, как рассматривают его Н. Аберкромби и С. Хилл – это управление организацией и совокупность форм управления организацией, принципов, методов, инструментов применяемых и разработанных с целью увеличения прибыли и повышения эффективности деятельности [1, с.86].

Также менеджментом называется лидерство людей и гуманным, экономичным и рациональным образом использование инструментов которые позволяют выполнять задачи и методы и тактика управления, используя труд, интеллект и мотивы других людей способность достигать целей.

Наряду с термином «менеджмент» широко используется такое понятие как «управление», хотя многие полагают что «управление» в буквальном смысле является синонимом, так как в переводе с английского «менеджмент» означает «управление». Но, тем не менее, несмотря на схожесть, концепция «управление» гораздо более широкое понятие, так как она может применяться к разным сферам и видам деятельности, например государственное управление, управление автомобилем, органы управления, управление предприятием.

По-разному можно раскрыть содержание «управление», в том числе как задачу создания среды, способствующей организации усилий по достижению целей группы, так как, координируя действия группы, менеджер распределяет задачи и следит за их выполнением, подбирает персонал, а также планирует и организует работу. Универсальный характер носит работа (функции) руководителя и не зависит от цели организации, будь то производственная, религиозная или военная. Все менеджеры, выполняют некоторые общие функции, независимо от их положения в организации, направленные на достижение их целей, правильное выполнение этих функций – это целая наука и искусство. Почему искусство, да потому что оно требует от лидера использования не только сформулированных и систематизированных знаний, но использования навыков, приобретенных практикой, и науки. Концепция «управление» как искусство сложилось еще в древности, накапливался на протяжении всей истории развития менеджмента и в буквальном смысле обозначающий умение применять эффективно накопленный опыт на практике. Управление как наука обозначает систему упорядоченных знаний в форме методов и форм, теорий, принципов, понятий, управления и имеет конкретные проблемы, предмет изучения, и подходы к их решению [3, с.127].

Как процесс, управление – совокупность управленческих действий, направленных на достижение целей путем преобразования ресурсов на «входе» в продукты на «выходе».

Можно сделать следующий вывод, обобщая все эти виды управленческой деятельности, что управлением является целенаправленная и осознанная деятельность любого человека, с помощью которой он подчиняет своим интересам элементы внешней среды, включающие в себя живой и неживой характер, общество, технологии. Управление представляет собой реализацию нескольких взаимосвязанных общих функций, представленной теорией Анри Файоля:

1. Планирование. Данная функция направлена на определение целей предприятия (организации), выбор наиболее эффективных методов для достижения поставленных целей, а также средств. Прогнозы возможных направлений развития и стратегические планы являются важным элементом этой функции. На этом этапе руководство предприятия должно оценить свои сильные и слабые стороны, действия конкурирующих организаций, определить, каких реальных результатов она может достичь, оценить потребительские предпочтения, экономические условия в данной стране, технологии разработки, общественное мнение, правительственные акты, позиции профсоюзов то есть состояние внешней среды.

2. Организация. Эта функция управления обеспечивает всем необходимым предприятия – денежные средства, материалы, персонал, средства производства и формирует структуру организации, то есть условия для достижения целей организации создаются на данном этапе, так как более эффективных результатов позволяет добиться только хорошая организация работы персонала.

3. Мотивация. Данная функция связана с процессом поощрения и побуждения сотрудников организации к действиям для достижения поставленных целей. Выполняя эту функцию, менеджер для проявления способностей и профессионального «роста» сотрудников создает наиболее благоприятные условия, тем самым обеспечивая их моральное и материальное стимулирование. Персонал организации при хорошей мотивации в соответствии с планами и целями этой организации выполняет свои обязанности. То есть при условии, если сотрудники должным образом выполняют свои обязанности, для удовлетворения их потребностей создается определенный процесс мотивации. Но менеджер должен выяснить реальные потребности своих сотрудников, прежде чем мотивировать персонал более эффективно работать.

4. Контроль. Данная функция управления предполагает анализ и оценку эффективности результатов деятельности организации. С помощью контроля происходит анализ, оценка степени достигнутых целей организацией, а также при выявлении каких-то проблем, корректировка предполагаемых действий. Процесс контроля включает в себя: пересмотр первоначальных

чальных целей, сравнение этих результатов с запланированными, измерение достигнутых результатов, установление стандартов. Контроль позволяет своевременно корректировать неверные решения, противостоять нужному направлению организации и связывает воедино все функции управления [6, с.74].

Таким образом, резюмируя вышесказанное, менеджмент является не только наукой, но и искусством управления. Наука управления предоставляет более общие рекомендации, чем конкретные инструкции для каждого конкретного акта управления. Реальный менеджмент, особенно оперативный менеджмент, это больше искусство, чем наука. Менеджеру нужны не только знания, но и интуитивное понимание людей, которых он контролирует [1, с.5].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аберкромби, Н. Социологический словарь / Н. Аберкромби, С. Хилл; под ред. С. Е. Ерофеева. – Москва : Экономика, 2014. – 620 с. – Текст : непосредственный.

2. Адилова, Д. А., Основные особенности современного менеджмента / Д. А. Адилова. – Текст : непосредственный // Экономика и современный менеджмент : теория и практика : сб. ст. по матер. XLIX между. науч.-практ. конф. – Новосибирск : СибАК, 2015. – № 5 (49). – С. 100-105.

3. Бовыкин, В. И. Новый менеджмент : управление предприятием на уровне высших стандартов : теория и практика эффективного управления / В. И. Бовыкин. – Москва : Экономика, 1997. – 368 с. – Текст : непосредственный.

4. Кафидов, В. В. Современный менеджмент : учебник / В. В. Кафидов, Н. Ю. Сопилко. – Москва : РУДН, 2018. – 380 с. – Текст : непосредственный.

5. Крейнер, С. Ключевые идеи менеджмента : Мыслители, которые изменили мир менеджмента / С. Крейнер. – Москва : ИНФРА-М, 2002. – 346 с. – Текст : непосредственный.

6. Менеджмент XXI века : Когда-нибудь мы все будем так управлять / М. Андерсон, К. А. Бартлетт, Х. Бучихи [и др.]. – Москва : ИНФРА-М, 2002. – 447 с. – Текст : непосредственный.

7. Плоскова, В. А. Основы функционального менеджмента / В. А. Плоскова. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2015. – № 3. – С. 495-497.

8. Удалов, Ф. Е. Основы менеджмента : учеб. пособие / Ф. Е. Удалов, О. Ф. Алехина, О. С. Гапонова. – Нижний Новгород : Изд-во Нижегород. ун-та, 2013. – 363 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: Рахимбекова Ж.С., канд. экон. наук, доцент, Almaty Management University.

BASIC CONCEPTS OF MANAGEMENT

Author: Astachova M.V., student, 3sd1@rambler.ru.

Research supervisor: Rakhimbekova Zh.S., PhD in Economics, docent of Almaty Management University.

Abstract: In modern conditions, the management of various enterprises and organizations occupies an urgent place in management, this is due to the integration of all resources and processes of the organization, ensuring managerial relations and increasing their competitiveness.

Keywords: management, management, art, science, management functions, organization management.

УДК 33

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ

Бекнаева Ж.А., докторант PhD

Almaty Management University, Республика Казахстан, г. Алматы

Аннотация: При эффективной построенной системе строится эффективная взаимосвязь между руководством компании, налаживаются коммуникации внутри компании. В работе изучены основные принципы корпоративного управления в банках и иных финансовых учреждениях.

Ключевые слова: Корпоративное управление, принципы корпоративного управления, заинтересованные стороны, основные участники.

Основные принципы корпоративного управления были утверждены в 1999 году на встрече Министров стран Экономического Сотрудничества и Развития. С тех пор утвержденные принципы стали ориентиром для первых лиц компаний. В 2004 году данные принципы были отражены более целостно и качественно. В разработке принимали участие Базельский комитет по банковскому надзору, финансовый совет по стабильности, различные международные организации и в целом вся группа Всемирного банка. Следующим этапом развития темы корпоративного управления считается 2015 год. Принципы были представлены на саммите лидеров G20 в Анталии. На текущий день именно принципы, утвержденные в 2015 году, считаются актуальными [1, p.69]. Разработаны основные принципы, указанные в таблице 1, для построения эффективной корпоративной системы.

Табл. 1. Основные принципы корпоративного управления [7]

№	Наименование принципа
1	Принцип прозрачности
2	Принцип законности
3	Принцип разделения обязанностей между органами
4	Принцип регулирования фондового рынка
5	Принцип авторитета надзорных, регулирующих и правоохранительных органов
6	Принцип сотрудничества

Далее рассмотрим каждый принцип более подробно.

Принцип 1. При построении эффективной корпоративной системы необходимо соблюдать принцип прозрачности, а именно соблюдать договоренности, добровольные обязательства, деловые отношения, которые являются результатом конкретных обстоятельств, историй и традиций страны. Законодательные и нормативные элементы структуры корпоративного управления дополняются кодексом корпоративного управления для обеспечения гибкости и индивидуальности отдельных компаний. Что хорошо работает в одной компании, для одного инвестора не обязательно могут быть применимы в целом корпорациям, инвесторам и заинтересованным сторонам, которые действуют в другом контексте и при других обстоятельствах.

Принцип 2. Вся система корпоративного управления должна быть выстроена согласно законам соответствующей страны и подвергаться надзору. Разрабатываемые законы и правила должны быть спроектированы таким образом, чтобы была возможность реализовать и обеспечить эффективное исполнение закона, учитывая интересы всех заинтересованных сторон. Для этого проводятся различные консультации правительства и других регулирующих органов, встречи органов власти с корпорациями, их представительными организациями. В кодексе корпоративного управления отражены цели корпоративного управления, стандарты, которые не имеют статуса закона. На текущий день кодексы играют важную роль в улучшении механизмов корпоративного управления. В кодексе требуется, чтобы статус акционеров, всех заинтересованных сторон четко были определены полномочия и статус [4].

Принцип 3. Между органами должно быть четкое разграничение обязанностей, но при этом должно быть четкое соблюдение интересов.

Необходимо, чтобы между различными органами власти были четко распределены обязанности по надзору. Бывает и такое, что возникают цели государственных органов и бизнеса противоречат друг другу. Когда регулирующие обязанности не прописаны часто происходит делегирование полномочий на негосударственные органы, в такие моменты необходимо четко оценить ситуацию и взять в свои руки, если в компетенции и рамках установленных полномочий.

Принцип 4. Регулирование фондового рынка должно поддерживать эффективное корпоративное управление. Фондовые рынки могут сыграть значительную роль в усилении эффективности управления путем установления и обеспечения соблюдения требований, способствующих эффективному корпоративному управлению. Участие на фондовом рынке является важным элементом при построении эффективной системы корпоративного управления. Раньше на рынке участвовали малое количество компаний, а сейчас большинство крупных бирж стараются максимизировать прибыль и сами публичные акционерные общества, которые работают в условиях конкуренции с другими компаниями, стараются участвовать на фондовой бирже и различных торговых площадках.

Принцип 5. Надзорные, регулирующие и правоохранительные органы должны иметь авторитет, честность и ресурсы для выполнения своих обязанностей в профессиональной и объективной манере. Многие страны имеют в рамках политической независимости надзорный орган. Данные органы должны давать возможность выполнять свои функции без конфликта интересов и своих решений. В случае роста количества корпоративных мероприятий и объема раскрытия информации ресурсы в надзорных, регулирующих и правоохранительных органах могут оказаться под угрозой [5, с.192].

Принцип 6. Необходимость в расширении трансграничного сотрудничества, в том числе посредством двустороннего сотрудничества и многостороннего механизма обмена информацией. Международное сотрудничество становится все более актуальным для корпоративного управления, особенно там, где компании действуют во многих юрисдикциях. Существует специальный Совет по принципам корпоративного управления, которые дают свои рекомендации по принципам, например: совет разработал для международных организаций Декларацию о международных инвестициях и многонациональных предприятиях, организовал конвенцию о борьбе с коррупцией иностранных должностных лиц при участии в международных деловых операциях.

Существуют факторы, которые влияют на финансовую устойчивость компании на макроэкономическом уровне, а именно факторы, которые указаны на схеме 1.

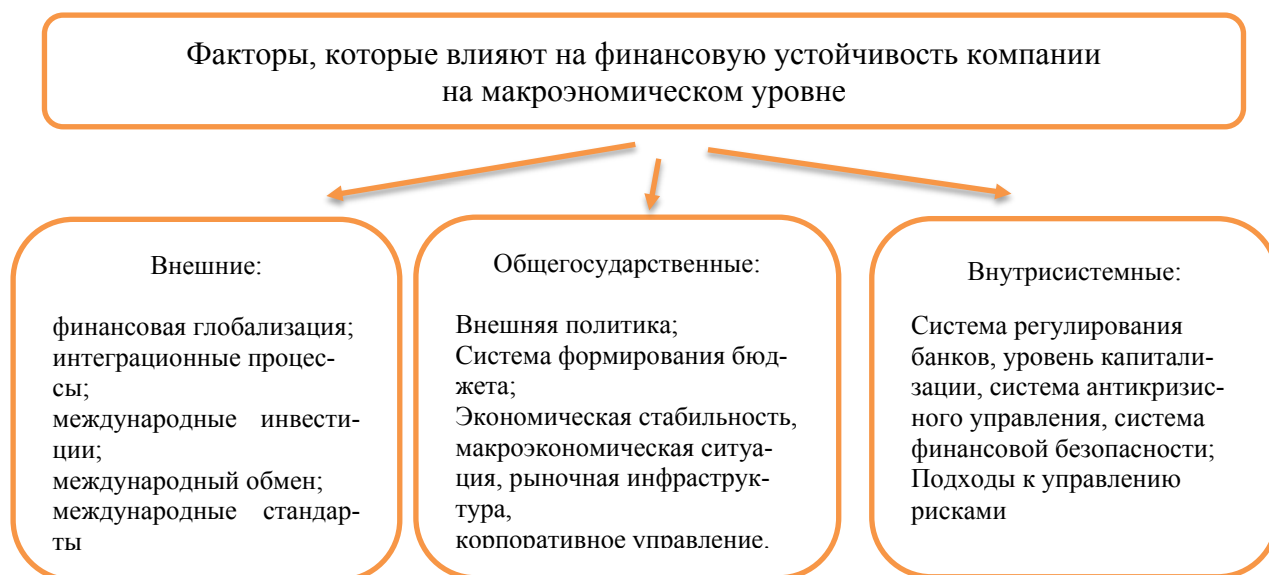


Схема 1. Классификация факторов, которые влияют на финансовую устойчивость на макроэкономическом уровне [2, p.77]

Корпоративное управление – это набор отношений между первыми лицами компании, то есть между советом директоров, акционерами и иными заинтересованными сторонами. Эффективно построенная система помогает компании увеличить прибыль в компании, выстроить правильный вектор развития. Так как при построении эффективной системы корпоративного управления имеется возможность прописать цели компании, определить пути их достижения, и выявить инструменты для их достижения. Банкам, которые планируют повысить свою конкурентоспособность перед западными банками необходимо заняться построением эффективной системы корпоративного управления или, если укрепить ее, а также наладить отбор надежных контрагентов. Одним из способов повышения капитализации компании является построение эффективного корпоративного управления в компании. Компании реального сектора экономики, разделяющие данное мнение должны ожидать от своих партнеров и контрагентов столь же внимательного отношения к данному вопросу. Иными словами, тема корпоративного управления должна быть интересна обеим сторонам [3, p.6].

Принципы разрабатываются с пониманием того, что корпоративное управление играет важную роль в достижении экономических целей, для повышения доверия инвесторов, верного распределения капитала компании. Верная практика управления создает мост, который помогает преодолеть разрыв между сбережениями домохозяйств и инвестициями в реальном секторе экономики [6, с.45].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Basel III : A Global Regulatory Framework for More Resilient Banks and Banking Systems. – Text : electronic // Bank for International Settlements. –

СН : Bank for International Settlements, 2010. – URL : http://www.bis.org/publ/bcbs189_dec2010.pdf.

2. Enhancing Financial Stability and Resilience: Macroprudential Policy, Tools, and Systems for the Future. – Group of Thirty, 2010. – 77 p. – Direct text.

3. Group of Governors and Heads of Supervision announces higher global minimum capital standards. Annex 2 : Phasein arrangements // Press release by Basel Committee on Banking Supervision, Bank for International settlements. – 2010. – 6 p. – Direct text.

4. Арабова, Н. Особенности корпоративного управления в банках / Н. Арабова, М. Грачева. – Текст : электронный // Журнал «Управление компанией» (ЖУК). – 2004. – № 7-8. – URL : https://www.cfin.ru/management/strategy/orgstr/directors_board_2.shtml.

5. Буздалин, А. В. Надежность банка : от формализации к оценке / А. В. Буздалин. – Москва : Либроком, 2012. – 192 с. – Текст : непосредственный.

6. Ильясов, С. М. О сущности и основных факторах устойчивости банковской системы / С. М. Ильясов. Текст : непосредственный // Деньги и кредит. – 2006. – № 2. – С. 45-48.

7. Корпоративное управление в коммерческих банках. – URL : <http://www.kazreferat.info/read/korporativnoe-upravlenie-v-kommercheskih-bankah-MTI2NzAu>. – Текст : электронный.

Научный руководитель: Никифорова Н.В., канд. экон. наук, доцент, Almaty Management University.

BASIC PRINCIPLES OF CORPORATE GOVERNANCE IN THE BANKING SECTOR

Author: Bekpayeva Zh.A., PhD Student Almaty Management University Almaty, Republic of Kazakhstan, bekpayeva12@gmail.com.

Research supervisor: Nikiforova N.V., PhD, Associate Professor, Public Institution «Almaty Management University».

Abstract: With an effective system built, an effective relationship is built between the management of the company, communication within the company is established. The paper studies the basic principles of corporate governance in banks and other financial institutions.

Keywords: Corporate governance, principles of corporate governance, key participants, stakeholders.

РОБОТИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА: СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ И ХАРАКТЕРНЫЕ ПРИЗНАКИ

Белоусова А.Э., студент

*ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»,
г. Волгоград*

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы роботизации производства как инновации в современном обществе. Уточнена сущность понятия роботизации производства как главной составляющей автоматизации производства в основе, которой лежит замена человеческого труда роботами - программируемыми машинами, способными воспринимать окружающую среду и реагировать на нее на основе самостоятельно принимаемых решений без участия человека. Также выявлены характерные признаки данного понятия.

Ключевые слова: Роботизация производства, автоматизация, инновация, информационные технологии, робот.

Современный уровень формирования технологий предоставляет возможность каждому предприятию осуществить успешную модернизацию производства, а также выходить на новую, наиболее высокую ступень бизнеса. В данный период такой подход к деятельности практически один метод увеличения дохода и сохранения конкурентоспособности предпринимательской организации. Инновации, которые сейчас находят широкое распространение в развитии общества, основываются на достижениях науки и передового опыта; создании благ за счет внедрения новых информационных технологий; способности давать определенные положительные экономические эффекты [4].

Совершенствуясь, общество регулярно упрощает для себя работу, перекладывая ее на искусственный интеллект. Люди приступили к формированию реальных искусственных машин – роботов, умеющих реализовывать определенные механические процедуры. Данное направление приводит к следующим положительным результатам в формировании национальной экономики: повышению объемов ВВП, увеличению производительности труда, снижению себестоимости продукции, увеличению жизненного уровня населения; ресурсосбережению и другим моментам.

Цель настоящего исследования – уточнить сущность понятия роботизации производства и выявить его характерные признаки.

Следует отметить, что данное понятие исследуется в незначительных научных исследованиях. Чаще всего данное понятие является объектом обсуждения на различных технических сайтах и в форумах. Роботизация

считается частью единой автоматизации производства, ее главным элементом. На практике данный процесс состоит в использовании роботов и роботизированных систем на предприятиях в промышленном масштабе. Промышленными роботами оборудуют автоматические линии, присутствие которых положительно отобразится на функционировании всего комплекса оборудования. Кроме того, подобные механизмы имеют все шансы быть введенными в гибкие автоматизированные производства.

Е. Слинько в результате своего исследования выявила задачи, которые решаются в процессе роботизации промышленного производства. К таким задачам автор в первую очередь относит замену труда человека. Причем в исследовании сделан акцент, что в первую очередь заменяется малоэффективный человеческий труд. Очевидно, что роботизация производства позволяет повысить эффективность труда, т.е. его производительность. Другой задачей роботизации производства является повышение качества производимой продукции на промышленном предприятии. С позиции экологического аспекта, важным преимуществом роботизации производства является замена человека на опасных производствах [3].

В Энциклопедии «Британника» дано определение робота как автоматической машины, с помощью которой можно заменить труд человека. Другое определение робота дано с позиции Международной Федерации робототехники (International Federation of Robotics, IFR). Данная организация определяет робота как рабочий механизм, который наделен определенной степенью автономности и способностью адаптироваться к внешней среде, выполняя поставленные задачи [1].

В представлении большинства ученых и практиков робот – «любая машина, способная воспринимать окружающую среду и реагировать на нее на основе самостоятельно принимаемых решений». Ключевым отличием роботов от других машин считается «автономность»: робот способен интерпретировать среду, в которой находится, и адаптироваться под поставленные задачи. Роботы эволюционируют от запрограммированного автоматизма к полуавтономным и более автономным сложным системам. Полностью автономные системы могут действовать самостоятельно и принимать «решения» без участия человека. [1, с.8].

Роботизация производства как способ автоматизации становится все наиболее распространенной. Это главный элемент комплексной автоматизации. Часто подразумевается, что введение роботизации характерно для большого производства, однако данное суждение ошибочное. Незначительные компании также получают разрешение в пользу промышленных роботов, следуя многочисленным преимуществам такой техники. Из числа ключевых плюсов: быстрая окупаемость, снижение издержек изготовления в долгосрочной перспективе, минимизация человеческого труда, а также процента производственного брака, гарантия качества выполняемых операций, высокая работоспособность и темп изготовления, программируе-

мость и простая перенастройка. Современные компании постоянно вводят в производство не только высокотехнологическое спецоборудование, но и целые системы, позволяющие автоматизировать процессы, управлять ими удаленно непосредственно через коммуникационные каналы. В структуру подобных систем входит непростое техническое спецоборудование и специально созданное программное обеспечение. С развитием электроники и распространением микропроцессоров широкое использование в производстве нашли станки с числовым программным управлением (ЧПУ): токарно-фрезерный станок с ЧПУ, высокоскоростная машина для резки с ЧПУ, гравировальный станок с ЧПУ и т.д. [2, с.1].

Таким образом, можно сделать вывод, что к характерным признакам роботизации производства относятся следующие:

– роботизация производства является элементом автоматизации производства, так как позволяет автоматизировать процессы;

– в основе роботизации производства: использование роботов – программируемых машин с некоторой степенью автономности, способных: выполнять работу человека; передвигаться в пределах определенной среды и выполнять поставленные задачи; воспринимать окружающую среду и реагировать на нее на основе самостоятельно принимаемых решений без участия человека;

– роботизация производства позволяет повысить эффективность производства за счет снижения простоев и других факторов, зависящих от человека;

– роботизация производства характерна для больших и малых предприятий.

С нашей точки зрения, роботизация производства – это главная составляющая автоматизации производства в основе, которой лежит замена человеческого труда роботами – программируемыми машинами, способными воспринимать окружающую среду и реагировать на нее на основе самостоятельно принимаемых решений без участия человека.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Кайснер, Э. Робототехника : прорывные технологии, инновации, интеллектуальная собственность / Э. Кайснер, Д. Раффо, С. Вунш-Винсент. Текст : непосредственный // Форсайт. – 2016. – Т. 10. – № 2. – С. 7-27.

2. Пономарева, Г. Т. Автоматизация и роботизация как одно из направлений инновационного развития экономики / Г. Т. Пономарева, А. Р. Рафикова. Текст : непосредственный // Вопросы экономики и управления. – 2018. – № 4. – С. 1-8.

3. Слинко, Е. Промышленная роботизация в России и в мире / Е. Слинко. Текст : непосредственный // Новости в мире автоматизации. – 2017. – Вып. 33.

4. Шевченко, С. А. Инновация как ключевая категория инновационной экономики : основные подходы к определению понятия / С. А. Шевченко. Текст : непосредственный // Вопросы экономических наук. – 2010. – № 5. – С. 7-9.

Научный руководитель: Шевченко С.А., канд. пед. наук., доц., Волгоградский государственный технический университет.

ROBOTIZATION OF PRODUCTION: THE ESSENCE OF THE CONCEPT AND CHARACTERISTIC SIGNS

Author: Belousova A. E., student.

Research supervisor: Shevchenko S. A., candidate of technical Sciences, associate professor, Volgograd state technical University, Volgograd.

Abstract: The article considers the issues of production robotics as innovations in modern society. The essence of the concept of production robotics as the main component of production automation at the core, which is the replacement of human labor by robots - programmable machines capable of perceiving the environment and reacting to it on the basis of independently made decisions without human participation, is clarified. Also identified are the characteristic features of this concept.

Keywords: Production robotization, automation, innovation, information technology, robot.

УДК 336:339

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СТРУКТУРЫ И НАПРАВЛЕНИЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

*Бикбаева Д.И., Ерошенко А.А., студенты
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк*

Аннотация: В публикации приведен анализ прямых иностранных инвестиций в Российской Федерации и Украине, сравнение их структур и направлений использования. В данной публикации представлена динамика ПИИ и выявлены слабоинвестируемые сферы обеих стран.

Ключевые слова: прямые иностранные инвестиции, приток инвестиций, сфера промышленности, добыча полезных ископаемых, инвестиционные проекты.

Актуальность. В связи с быстро меняющимися внешними условиями, политической ситуацией в мире и динамикой внешнеэкономических

отношений стран, целесообразно выявить и отразить тенденции в сфере прямого иностранного инвестирования на примере двух соседних стран для выявления полной картины сложившегося в них инвестиционного климата.

Цель исследования – изучение структуры и направлений использования прямых иностранных инвестиций на примере Российской Федерации и Украины, а также сравнение показателей стран-инвесторов.

Результаты исследования показали, что в целом по миру появилась тенденция сокращения потоков прямых иностранных инвестиций (почти на 20% по итогам первого полугодия 2019 года). Однако в Российской Федерации наблюдается противоположная ситуация – было привлечено иностранного капитала на сумму 16,4 млрд. долл. Рост показателя не прекратился, и к концу года он принял значение 21,8 млрд. долл., что почти в три раза больше прошлогоднего показателя.

Учитывая схожесть Украины и Российской Федерации как стран постсоветского пространства, было произведено сравнение объемов прямых иностранных инвестиций в вышеуказанные страны. Результаты сравнения приведены в таблице 1 [2; 3].

Табл. 1 Сравнение показателей прямых иностранных инвестиций в РФ и Украину, млрд. долл.

Исследуемый период	ПИИ в РФ	ПИИ в Украину	Отклонение +/-
2015 г.	6,9	2,96	3,94
2016 г.	32,4	3,28	29,12
2017 г.	28,6	2,2	26,4
2018 г.	8,8	2,36	6,44
2019 г.	21,8	2,5	19,3

Как видно из таблицы 1, объемы иностранных инвестиций в Украину отличаются относительной стабильностью в плане объемов инвестиций, однако тенденций к росту или снижению не обнаружено. За период с 2015 по 2016 гг. произошел рост на 10,81%, что составляет 0,32 млрд. долл., но в следующем году прямые инвестиции сократились на 32,93% или 1,08 млрд. долл. по сравнению с 2016 г. В период с 2017 по 2019 г. виден прирост на 13,64% (то есть 0,3 млрд. долл.) [2].

В Российской Федерации тенденции не наблюдается, показатели разнятся каждый год. Так в 2016 г. по сравнению с 2015 г. произошел резкий прирост прямых иностранных инвестиций (на 25,5 млрд. долл.), в 2017 г. было замечено небольшое снижение (на 11,73% или 3,8 млрд. долл.). В 2018 году приток иностранных инвестиций резко снизился на 69,23% по сравнению с предыдущим годом, однако уже в 2019 году показатель прак-

тически полностью восстановился [3]. Причиной таким скачкам в показателях прямых иностранных инвестиций является нестабильные политические ситуации в обеих странах. Резкий обвал вложений в РФ наблюдался на фоне угрозы дальнейшего ужесточения санкционного режима [1, С. 91].

Следует также отметить, что ПИИ в Российскую Федерацию превышали ПИИ в Украину на протяжении всего рассматриваемого периода, однако величина разрыва менялась каждый год.

На рис.1 и рис.2 представлены структура по странам-инвесторам в РФ и Украину соответственно.

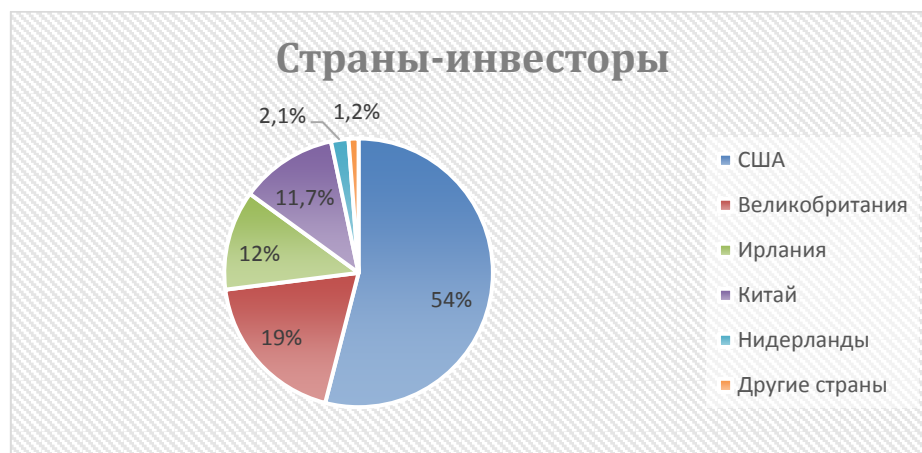


Рис. 1. Страны-инвесторы в Российскую Федерацию

Как видно из рис.1 наибольший приток инвестиций в РФ идет из США, Великобритании и севера Европы. Сейчас на долю инвесторов из США приходится 54% всех иностранных инвестиций на рынке ценных бумаг в России. Тенденцию роста активно поддержали в последние месяцы и инвесторы из Великобритании и скандинавских стран, а также Китай (с которым Российская Федерация осуществляет взаимную экономическую поддержку) [3].



Рис. 2. Страны-инвесторы в Украину

Из данных, представленных на рис.2 можно сделать вывод, что главным инвестором в Украину является Россия (35% или 0,872 млрд. долл.). Чуть меньше инвестируют Кипр и Нидерланды (приблизительно по 17%). От Великобритании поступает 3% прямых иностранных инвестиций, что составляет 0,075 млрд. долл. Остаток – 0,7 млрд. долл. – приходится на другие страны [2].

Среди топ-сфер, куда инвестируют иностранцы в Украине за последнюю декаду: промышленность – 32,9%, оптовая и розничная торговля – 16,2%, финансовая и страховая деятельность – 12,9%, операции с недвижимостью – 12,9%, профессиональная, научная и техническая деятельность – 6,5%. В сферу “Информации и телекоммуникаций” за 2019 год инвестировали 22 млн. долл., за все время – 2,2 млрд. долл.

Если рассматривать промышленную сферу, то крупным инвестиционным проектом является открытие одного из самых мощных в Европе заводов по производству семян под Житомиром немецкой компанией «Bayer». Общий объем инвестиций составил \$200 млн. Компания также внесла существенный вклад в регион, вложившись в развитие транспортной и социальной инфраструктуры населенного пункта.

В IT сфере произошел значительный приток инвестиций. Так канадская компания «Brookfield Asset Management» начала строительство Lviv IT Park. Одним из самых главных инновационных проектов для страны стало заключение соглашения между General Electric и Укрзалізницею общей стоимостью около \$1 млрд.

Анализ отраслевой структуры прямых иностранных инвестиций в экономику России позволяет сделать следующие выводы. В 2019 г. 68,5% всей суммы прямых иностранных инвестиций было вложено в добычу полезных ископаемых. В натуральном выражении это составило 14,9 млрд. долл. Соответственно, на остальные сферы национальной экономики РФ пришлось не столь значительные по доли прямые иностранные инвестиции: в обрабатывающие производства России – инвестиции составили 3,31 млрд. долл., что составило 15,2% от общего объема иностранных инвестиций; далее следует финансовая и страховая деятельность – 2,39 млрд. долл. или 11% от общего объема иностранных инвестиций в экономику России в 2019 г.; оптовая и розничная торговля – 1,16 млрд. долл., что составило 5,3%.

Половина ПИИ России на сегодняшний день приходится на Москву. Германия, Финляндия, Франция, Италия, Австрия являются крупнейшими инвесторами столицы. Чаще всего средства вкладывают в компании, которые занимаются финансовой и страховой деятельностью, в сферу торговли, в сектор промышленности и высоких технологий, а также в недвижимость. Исходя из последнего анализа прямых иностранных инвестиций в России, к 2030 г. инвестиции в возобновляемую энергетику могут занять до 20% от общих инвестиций крупнейших мировых нефтегазовых компаний.

Shell, Total, ENI, Equinor являются крупнейшими инвесторами в зеленую энергетику, они вложили в отрасль почти \$3 трлн. Проанализировав стратегии компаний, можно сделать вывод, что в 2019–2023 гг. Total планирует вложить в энергетику до \$2 млрд., или 10–15% от общей суммы запланированных инвестиций, Shell в 2021–2025 гг. вложит в ВИЭ до \$4 млрд., или 8% от всех инвестиций компании. Для международных компаний такие инвестиции помогают выйти на новые рынки, а также диверсифицировать бизнес, что позволяет снизить зависимость акционерной стоимости компаний от цен на нефть. Немаловажную роль играет сохранение и улучшение имиджа компании, такие проекты показывает, как компания заботится об окружающей среде.

Вывод. Таким образом, в ходе анализа потоков прямых иностранных инвестиций в Российскую Федерацию и Украину, были сделаны следующие выводы: объемы иностранных инвестиций в Украину отличаются относительной стабильностью, когда в Российской Федерации они нестабильны и изменяются каждый год, это связано с угрозой дальнейшего ужесточения санкционного режима. Наиболее инвестируемой отраслью в Украине является промышленность и составляет 32,9% от общего объема прямых иностранных инвестиций. В России инвесторы больше вкладываются в добычу полезных ископаемых – 68,5% всей суммы инвестиций. Оба государства реализуют новые инвестиционные проекты, которые играют значительную роль в развитии стран и выводят их на новый международный уровень.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Веселкова, Е. Е. Правовое регулирование иностранных инвестиций в РФ. Опыт и перспективы / Е. Е. Веселкова. – Москва : КноРус, 2019. – 160 с. – Текст : непосредственный.
2. Статистика прямых иностранных инвестиций Министерства финансов Украины. – URL : <https://index.minfin.com.ua/economy/fdi/>. – Текст : электронный.
3. Статистика прямых иностранных инвестиций Росстата. – URL : https://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/invest_data.htm. – Текст : электронный.

Научный руководитель: Некрасова О.Л., д-р экон. наук, доцент, Донецкий национальный университет.

COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF THE STRUCTURE AND DIRECTIONS OF USE OF FOREIGN INVESTMENTS

Authors: Bikbaeva D.I., student, d_bikbaeva@mail.ua, Eroshenko A.A., student.

Research supervisor: Nekrasova O.L., ED, assistant professor of Donetsk national University.

Abstract: This article presents the results of an analysis of foreign investment in the Russian Federation and Ukraine. This publication presents the dynamics of FDI and identifies underinvested areas of variable countries.

Keywords: foreign direct investment, investment inflow, industry, mining, investment projects.

УДК 332.1

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ХМАО-ЮГРЫ

Божубаева Э.К., магистрант

*Институт открытого и дистанционного образования
ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет
(НИУ)», г. Нижневартовск*

Аннотация: Создание и поддержание благоприятного инвестиционного климата в экономике является одним из условий привлечения инвестиций для того, чтобы обеспечить экономический рост и поддержать конкурентоспособность страны в условиях ее интеграции в мировую экономику. Инвестиционная политика, которую проводит Правительство ХМАО-Югра, это часть принятой государственной политики Российской Федерации, направленной на улучшение бизнес-климата государства в целом. Меры, которые будут приниматься исполнительными органами государственной власти, органами местного самоуправления муниципальных образований региона, организациями инфраструктуры поддержки предпринимательской и инвестиционной деятельности, планируется направить на то, чтобы сформировать высокотехнологичную, конкурентоспособную экономику ХМАО-Югра.

Ключевые слова: Инвестиционная политика, объем инвестирования, основные фонды, инвестиционный климат, инвестиционный климат Ханты-Мансийского автономного округа, динамика инвестиций.

Конкурентоспособность России напрямую зависит от объемов инвестирования в реальные активы, от повышения инвестиционной привлекательности материального и нематериального производства. Инвестиции являются фактором экономического роста, вследствие чего, в контексте острой необходимости форсирование экономического развития, изучение

особенностей и тенденций инвестиционной деятельности являются предельно актуальным. ХМАО-Югра среди регионов РФ занимает первое место по добыче нефти (236,5 млн. тонн на 2018 год) и второе место по добыче газа (36,0 млрд. м³). Регион находится на 4-м месте по социальной ориентированности бюджетов (72,8%) и уровню безработицы (по методике МОТ – 2,5%). Агентство РИА Рейтинг поставило ХМАО-Югру на 8 место среди регионов РФ по качеству жизни [1]. В структуре экономики региона с удельным весом в 67,6% доминирует добыча полезных ископаемых. На долю услуг по транспортировке и хранению приходится 6,5% регионального валового продукта, на строительство – 6,3%, на электроэнергию и водоснабжение – 2,6%, на обрабатывающую промышленность – 2,4%. Прочие сектора генерируют 14,6% от регионального продукта. Необходимость привлечения инвестиций в основной капитал, в первую очередь обуславливается степенью изношенности основных фондов, функционирующих в экономике региона (рис. 1).

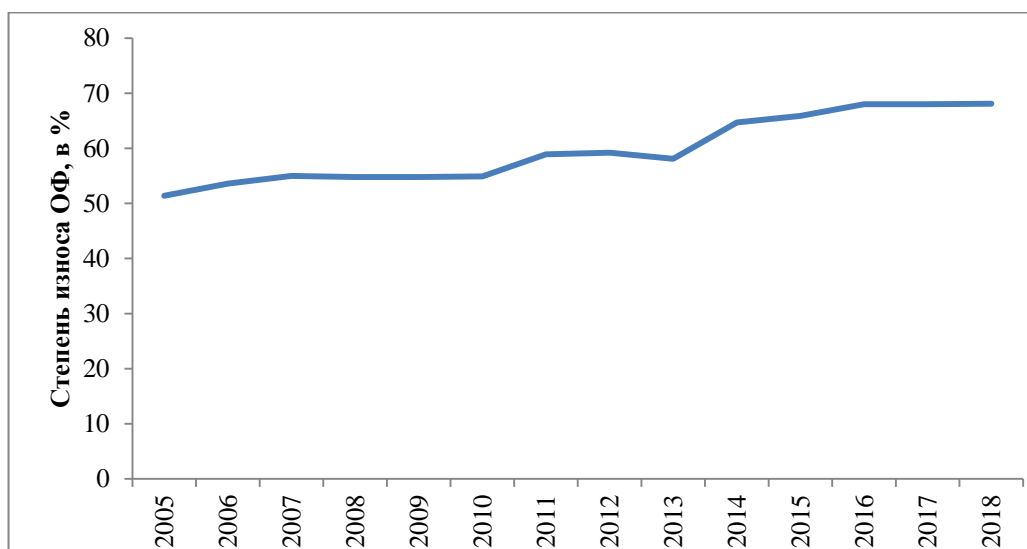


Рис. 1. Степень износа основных фондов в экономике ХМАО-Югры за 2005-2018 гг., в % [4;5]

Если в 2005 году степень износа основных фондов в экономике региона составляла 51,4%, то в 2018 года она достигла значения в 68,1%. В то же время по всей экономике Российской Федерации степень износа основных фондов на конец 2018 года составляла 47,4%. Т.е. можно констатировать, что ХМАО-Югра не только является одним из локомотивов экономики РФ, но и характеризуется повышенным износом основных фондов.

По итогам 2018 года по объемам инвестиций в основной капитал ХМАО-Югра заняла 3 место по Российской Федерации. Динамика инвестиций в основной капитал представлена на рис. 2.



Рис. 2. Динамика инвестиций в основной капитал по ХМАО за 2005-2018 гг., млрд. руб. [2;3]

На основании рис. 2 можно сделать вывод об устойчивой тенденции роста инвестиций в основной капитал. Исключением является 2009 год, по результатам которого объем инвестиций сократился на 4,78%. За период 2005-2008 гг. объем инвестиций вырос в 2,13 раза: с 214,4 млрд. руб. в 2005 году до 458,2 млрд. руб. в 2008 году. В 2010 году объем инвестиций после кризисного 2009 года вырос на 3,76% и составил 98,8% от уровня 2008 года. В 2011 году инвестиции в основной капитал выросли более чем на треть (лучший результат за весь период исследования, не включая 2006 год). После 2011 года, темп прироста инвестиций только однажды, в 2017 году превысил двузначные значения (+15,36%). По итогам 2018 года прирост инвестиций составил 1,15%, а их объем достиг величины в 887,3 млрд. руб. Отметим, что за период 2005-2018 гг. объем инвестиций в основной капитал по РФ вырос в 4,87 раза, тогда как по ХМАО – в 4,13 раза. То есть скорость обновления основных фондов в регионе уступает средним общероссийским значениям.

В структуре инвестиций, на 2018 год, более 85% приходится на добычу полезных ископаемых (рис. 3). Доля услуг по транспортировке и хранению составляет 3,7%, доля услуг по обеспечению электроэнергией, газом и паром – 2,8%, на сектор операций с недвижимостью приходится 1,7%, на строительство и обрабатывающие производства – по 1,5%. При этом, более 95% инвестиций осуществляется крупным и средним бизнесом.

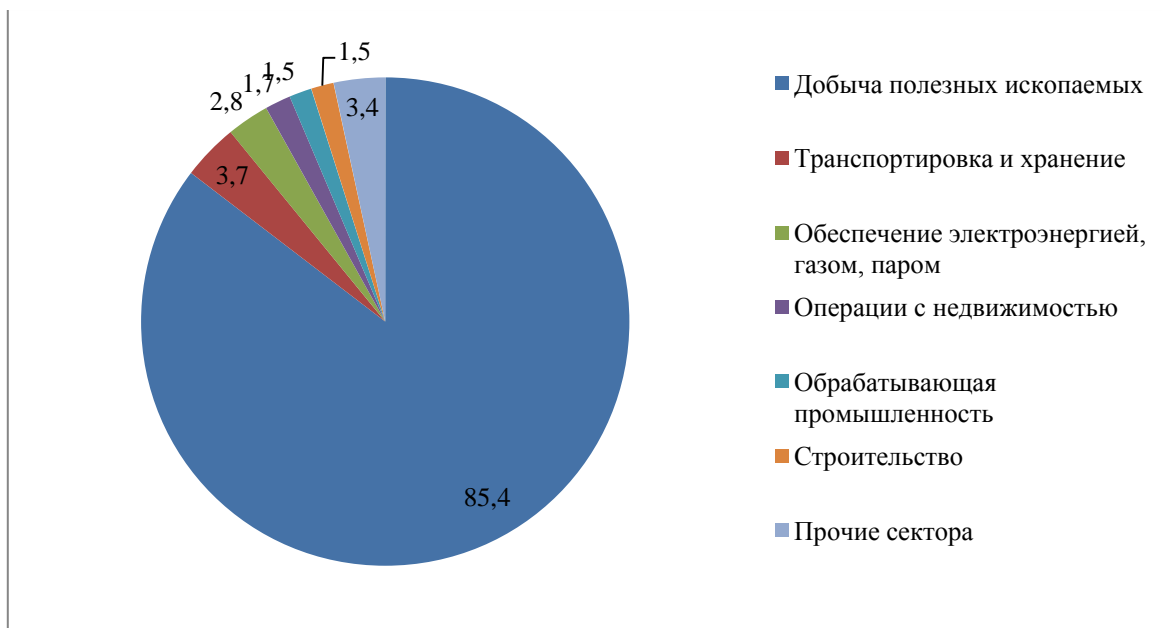


Рис. 3. Структура инвестиций в основной капитал по ХМАО-Югре, 2018 год, % [3]

Согласно отчету регионального аналитического центра «Инвестиционный климат Ханты-Мансийского автономного округа-Югры 2018 год» среди основных факторов, оказывающих влияние на инвестиционную деятельность, 80% респондентов назвали инфляционную политику, 78% – уровень стабильности экономической ситуации, 77% – инвестиционные риски, 75% – ценовую конъюнктуру на мировых рынках энергоносителей, 66% – внешняя экономическая ситуация, 65% – особенности нормативно-правового регулирования, 62% – валютная политика в РФ.

Среди целей инвестирования 89% руководителей организаций отметили замену изношенной техники и оборудования, 69% – охрану окружающей среды, 63% – снижение себестоимости продукции, 61% – расширение производства через внедрение современных производственных технологий, 57% – экономия энергоресурсов, 54% – создание новых рабочих мест. В сравнении с 2017 годом цели инвестирования сместили свои акценты с обновления производственных мощностей на повышение эффективности используемых ресурсов [1]. Привлечение инвестиций, их динамика тесно коррелирует с кредитными рейтингами. Так согласно исследованию RAEX (Эксперт РА) ХМАО-Югра обладает рейтингом 2В, характеризующийся средним потенциалом умеренного риска. Агентство Standard & Poor's присвоило региону рейтинг ВВ+ с прогнозом по нему «стабильный». Согласно национальной рейтинговой шкале АКРА регион располагает рейтингом ААА с прогнозом по нему «стабильный».

Таким образом, регион характеризуется неплохими кредитными рейтингами, однако динамика инвестиций в регионе ниже среднероссийских показателей, а степень износа основных фондов – выше. При этом экономика региона находится на лидирующих позициях в РФ. Несомненно, что

ряд инициатив по усилению инвестиционной активности носит инерционный характер, то есть для их реализации и получения заложенного эффекта требуется время. Тем не менее, поиск инновационных подходов к повышению инвестиционной привлекательности региона, рост эффективности функционирующих программ является необходимым условием дальнейшего развития ХМАО-Югры.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Инвестиционный климат Ханты-Мансийского автономного округа-Югры 2018 год // Региональный аналитический центр. – URL : <https://racugra.ru/wp-content/uploads/2019/09/Invest-klimat-2018.pdf&lr=26774&mime=pdf&l10n=ru&sign=1fa3e6b20922d52b9b4cde666e246f6&keyno=0> (дата обращения: 10.02.2020). – Текст : электронный.

2. Инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности в Ханты-Мансийском автономном округе-Югре за 2005-2016 гг. – URL : [https://tumstat.gks.ru/storage/mediabank/Инвестиции%20по%20ВЭД\(2005-2016\)_хмао.htm](https://tumstat.gks.ru/storage/mediabank/Инвестиции%20по%20ВЭД(2005-2016)_хмао.htm) (дата обращения: 10.02.2020). – Текст : электронный.

3. Инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности в Ханты-Мансийском автономном округе-Югре за 2017-2018 гг. – URL : https://tumstat.gks.ru/storage/mediabank/Инвестиции%20по%20ВЭД_хмао.htm (дата обращения: 10.02.2020). – Текст : электронный.

4. Степень износа основных фондов по видам экономической деятельности в Ханты-Мансийском автономном округе-Югре за 2005-2016. – URL : [https://tumstat.gks.ru/storage/mediabank/Степень%20износа%20ОФ\(2005-2016\)_хмао.htm](https://tumstat.gks.ru/storage/mediabank/Степень%20износа%20ОФ(2005-2016)_хмао.htm) (дата обращения: 10.02.2020). – Текст : электронный.

5. Степень износа основных фондов по видам экономической деятельности в Ханты-Мансийском автономном округе-Югре за 2017-2018. – URL : https://tumstat.gks.ru/storage/mediabank/Степень%20износа%20оф_хмао.htm (дата обращения: 10.02.2020). – Текст : электронный.

Научный руководитель: Данилова С.В., канд. экон. наук, доцент филиал ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (НИУ)», г. Нижневартовск.

THE CURRENT STATE OF THE INVESTMENT POLICY OF THE KHMAO-UGRA

Author: Bozhubaeva E.K., master student, bozhubaeva@yandex.ru

Research supervisor: Danilova S.V., Candidate of economic sciences, Associate Professor at the Department of Economics, Management and Law, branch of FSAEI of HE «South Ural State University (NRU)».

Abstract: Creating and maintaining a favorable investment climate in the economy is one of the conditions for attracting investment in order to ensure economic growth and maintain the country's competitiveness in the context of its integration into the global economy. The investment policy pursued by the Government of the Khanty-Mansisk is a part of the adopted state policy of the Russian Federation aimed at improving the business climate of the state. The measures which will be taken by the governments and organizations will support the infrastructure for business and investments are planned to be aimed to create a high-tech and competitive economy in the Khanty-Mansisk.

Keywords: Investment policy, investment volume, fixed assets, investment climate, investment climate of the Khanty-Mansisk, investment dynamics.

УДК:005

РОЛЬ КРОСС-КУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В РАЗВИТИИ ЭФФЕКТИВНОГО БИЗНЕСА

Боштяну Я.В., студент

ФГБОУ ВО «Череповецкий государственный университет», г. Череповец

Аннотация: Целью данной статьи является анализ особенностей развития бизнеса в контексте кросс-культурных коммуникаций. Авторы уточняют понятие кросс-культурных коммуникаций, в исследовании обращается внимание на актуальность коммуникативных компетенций современных управленцев, приводится поэтапное содержание проекта «Cross-Dating», который был успешно реализован в Череповецком государственном университете.

Ключевые слова: кросс-культурные коммуникации, управление, бизнес, компетенции, глобализация.

В современных условиях глобализации постепенно возрастает роль международных компаний в развитии мировой экономики. Взаимодействие бизнеса разных стран может существовать в таких формах, как: внешняя торговля (экспорт, импорт); инвестирование; международный франчайзинг или лицензирование; международные компании (транснациональные корпорации, многонациональные предприятия) и т.д. В целях повышения эффективности международного бизнеса предприятиям необходимо выходить за свои национальные рамки, привлекая иностранных партнеров и поставщиков, имеющих национальные культурные особенности. В данной связи особую актуальность приобретает развитие кросс-культурных коммуникаций в бизнес-среде.

Понятие «межкультурная коммуникация» возникло в середине XX века, данный термин означает обмен информацией между носителями разных культур [2, с.8]. Обратимся к историческим корням данного понятия: так, в 1947 году в США был создан Институт зарубежной службы (Foreign Service Institute – FSI), нацеленный на обучение граждан службе за рубежом. Именно тогда ученые Эдвард Т. Холл, Рэй Бердвистелл и Джордж Трейджер создали теорию межкультурной коммуникации, которая ставила перед собой задачи не только обучить граждан экономической и политической сфере деятельности, но и адаптировать иностранных студентов, разрешать межрасовые конфликты на территории США [2, с.9]. В дальнейшем данная теория была дополнена и другими концепциями (см. табл. 1).

Табл. 1. Теории в сфере кросс-культурной коммуникации

Название теории	Основоположники	Содержание концепции
«Теория коммуникативного приспособления»	Х. Джайлз	В процессе взаимодействия люди изменяют характер своей речи, интонации, жестиккуляции, чтобы приспособиться к собеседнику. Изучение двух процессов адаптации: конвергенции - уменьшение социальных различий между собеседниками, дивергенции – подчеркивание своих социальных различий в процессе коммуникации
«Теория аккультурации»	Р. Редфилд, Р. Линтон, М. Херсковиц и др.	Изучение взаимовлияния культур, степень восприятия одного народа другого. В процессе взаимодействия культуры взаимно адаптируются путем заимствования лучших продуктов у других. Выделение трех основных типов реакции группы-реципиента на ситуацию культурного контакта: принятие, адаптация и реакция
«Теория межкультурной адаптации»	Я. Ким	Только при взаимодействии с другими людьми, человек начинает адаптироваться к новой среде. Степень адаптации зависит от количества и характера общения. Теория фокусируется на унитарной природе психологических и социальных процессов и функциональной взаимозависимости личностной среды
«Теория управления идентичностью»	У. Купач, Т. Имаури	Изучение идентичности человека, которая заложена в их социальной структуре. Основана на традиционных символических взглядах взаимодействия, при котором человек выбирает свое поведение, соответствующее значениям идентичности других людей
«Теория поддержания лица»	С. Тинг-Туми	Теория рассматривает понятие «лицо» как публичный образ человека.

Относительно применения кросс-культурных коммуникаций современные компании выбирают инструменты взаимодействия с иностранным партнером. Многие международные предприятия, которые открывают зарубежные филиалы в других странах, стараются адаптироваться к новой культуре. Так, компания General Motors разработала уникальную стратегию: сохранение своих культурных особенностей при их модификации в зависимости от страны [4].

Далее рассмотрим области применения кросс-культурных коммуникаций. В частности, теория межкультурной коммуникации уделяет особое внимание невербальному взаимодействию [2, с.11], в рамках которой выделяются следующие направления исследования: проксемика, паралингвистика и кинесика. С помощью проксемики изучается поведение человека в пространстве. Кинесика изучает жесты, мимику и позы. А паралингвистика характеризует ритмико-интонационные стороны речи. Данные особенности напрямую влияют на эффективность осуществления делового общения.

Одной из особенностей межкультурной коммуникации является практикоориентированность. Успех современной компании на мировом рынке во многом зависит от того, как построен механизм взаимодействия с потенциальными иностранными партнерами, учитывая все традиционные, социальные, экономические, гендерные и другие аспекты. Отметим, что в XXI веке происходит цифровизация жизнедеятельности человека, в том числе и в сфере кросс-культурных коммуникаций. Особое внимание уделяется искусственному интеллекту, однако, несмотря на трансформацию технологических процессов, центральное место в развитии международного сотрудничества занимают человеческие ресурсы, от компетенций которых во многом зависит количество заключения взаимовыгодных контрактов. Обратимся далее к рассмотрению коммуникативных компетенций. Можно выделить три компетенции, которыми должен обладать специалист в сфере международных коммуникаций:

- знание иностранных языков;
- использование информационных технологий. Сегодня Интернет представляет собой виртуальный электронный рынок [3, с.70]. Благодаря информационному обмену между международными компаниями, значительно снижаются коммуникационные расходы;
- знания особенностей бизнес-культур своих потенциальных партнеров. При этом существует два подхода подготовки к взаимодействию. Первое предполагает детальное изучение языка, традиций, особенностей бизнеса той страны, с которой компания собирается взаимодействовать. Второй подход – изучение общих правил, которые помогут адаптировать к любой новой культуре. Сюда относится умение проявлять уважение к собеседнику, брать на себя ответственность за коммуникацию, быть гибким, иметь способность к эмпатии [1, с.4].

Подготовка специалистов к международному сотрудничеству начинается со студенческой скамьи в рамках университетского образовательного процесса. Для повышения эффективности обучения сфера кросс-культурных коммуникаций должна быть связана с функциональным полем существующего бизнеса. В данном случае полезным инструментом становится проектная деятельность, которая позволяет в интерактивной форме развивать практические навыки деловых коммуникаций.

В целях практического развития межкультурных компетенций студентов с 2019 по 2020 годы в Череповецком государственном университете проходит реализация междисциплинарного проекта под названием «Cross-Dating». Целью проекта является повышение уровня компетенций, знаний, умений, навыков и интереса студентов в сфере бизнес-культур разных стран и международных коммуникаций. В проекте приняло участие 18 команд, общее количество участников составило 46 студентов различных направлений подготовки: «Экономика», «Экономическая безопасность», «Обработка металлов давлением», «Психология служебной деятельности» и другие. Проект включает проведение двух конкурсных этапов и тренингов.

Первый этап «Cross-trips» – знакомство с бизнес-культурами разных стран с помощью представления участниками своих презентаций. Каждая команда изучает культурные особенности бизнеса той или иной страны, раскрывая политическое и экономическое устройство, правила этикета, традиций, невербальные особенности делового общения. Форма представления – электронная презентация, которая позволяет наглядно продемонстрировать материал, собранный участниками.

Второй этап «Case battle» – решение кейса от иностранного предпринимателя. Кейс-метод является одним из самых популярных способов обучения, он предполагает использование описания реальных экономических, социальных, технологических проблем, которые существуют в бизнесе. Для изучения кросс-культурных коммуникаций командам дается кейс от реального иностранного партнера. Участники не только учатся находить проблему и применять свои знания о бизнес-культурах для ее решения, но и генерировать идеи, проявлять творческую активность на примере анализируемого бизнеса.

Также проект предполагает организацию тренингов, которые содержат уникальные программы, направленные на развитие социальных, управленческих, командных компетенций студентов. Благодаря интерактивным формам работы участники проекта используют теоретические знания на практике и формируют первичные навыки межкультурного взаимодействия. Реализация проекта «Cross-Dating» выполняет важную роль в формировании международных коммуникаций с потенциальными иностранными партнерами, помогает адаптиро-

ваться к любым условиям внешней среды и развить ряд востребованных управленческих компетенций: умение работать с информационными источниками; ораторское мастерство; работа в команде и распределение ролей; разрешение межнациональных конфликтов в профессиональной сфере; генерация идей; умение выявлять и решать проблему в бизнесе и прочее.

Таким образом, кросс-культурные коммуникации в бизнес среде выполняют важнейшую роль, повышая эффективность деловой активности как компании в целом, так и отдельных ее сотрудников.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Айснер, Л. Ю. Развитие кросс-культурных коммуникативных компетенций в условиях глобализации экономики и бизнеса / Л. Ю. Айснер, С. В. Бершадская. – Текст : непосредственный // Вестник Восточно-Сибирской Открытой Академии. – 2015. – № 18. – С. 1-7.
2. Гузикова, М. О. Основы теории межкультурной коммуникации : учеб. пособие / М. О. Гузикова, П. Ю. Фофанова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 124 с. – Текст : непосредственный.
3. Лукиных, Ю. В. Интернет как фактор кросскультурной коммуникации в международной компании / Ю. В. Лукиных. – Текст : непосредственный. // Путь науки. – 2015. – № 3 (13). – С. 70-73.
4. Слоун, А. П. Мои годы в General Motors : биография и мемуары / А. П. Слоун. – Москва : Эксмо, 2018. – 384 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: Крылова Н.П., доцент кафедры экономики и управления, ФГБОУ ВО «Череповецкий государственный университет».

THE ROLE OF CROSS-CULTURAL COMMUNICATIONS IN THE DEVELOPMENT OF EFFECTIVE BUSINESS

Author: Boishtyanu Y.V., student, boishtyanu_yana@mail.ru

Research supervisor: Krylova N.P., Associate Professor of the Department of Economics and Management of Cherepovets state University.

Abstract: The purpose of this article is to analyze the features of business development in the context of cross-cultural communications. The authors clarify the concept of cross-cultural communications, the study draws attention to the relevance of communicative competencies of modern managers, provides a step-by-step content of the project "Cross-Dating", which was successfully implemented at Cherepovets state University.

Keywords: cross-cultural communications, management, business, competencies, globalization.

ОТДЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИИ (НА ПРИМЕРЕ ХМАО-ЮГРЫ)

Бойчук А.В., магистрант

Институт открытого и дистанционного образования ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (НИУ)», г. Нижневартовск

Аннотация: в настоящее время ХМАО-Югра является одним из наиболее экономически развитых регионов России. Большое влияние на уровень конкурентоспособности экономики округа оказывает внешнеторговая деятельность. Тема исследования является актуальной, так как внешняя торговля представляет собой важнейшую составляющую в системе внешнеэкономических связей округа. В статье приведены данные по объемам импорта и экспорта ХМАО-Югры, их структура, а также основные меры по поддержке внешней торговли округа.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, торговля, импорт, экспорт, внешнеторговый оборот.

На сегодняшний день важную роль в экономическом развитии государств играет их вовлеченность в международную торговлю. Чем больше страны участвуют в экспортно-импортных операциях, тем более конкурентоспособную и стабильную экономику они имеют.

Внешнеторговый оборот ХМАО-Югры за 2018 год продемонстрировал повышательную способность и составил 20 651,31 млн. долл. США (на 37,3% больше по отношению к 2017 году). Наибольшая доля от всего объема товарооборота пришлась на страны Запада – 94,6%, на страны ближнего зарубежья – 5,4% [2].

Доля импорта в 2018 году оказалась достаточно низкой – 2,4% от внешнеторгового оборота ХМАО, в то время как на экспортные поставки пришлось 97,6%. Таким образом, коэффициент покрытия экспорта товарами импорта составил 40,5 раз. Экспорт товаров и услуг автономного округа в отчетном периоде составил 20 153,95 млн. долл. США, что на 39% больше объема экспорта 2017 года. 94,9% вывозимых товаров поступает в страны дальнего зарубежья. Наибольшую долю в структуре экспорта занимают следующие виды товаров:

- топливо минеральное, нефть и продукты их перегонки, битуминозные вещества, воски минеральные;
- древесина и изделия из нее, древесный уголь;
- летательные аппараты, космические аппараты, их части.

Нефть составляет 99,4% от общего объема экспорта региона. Продукция поставляется в 60 стран мира. Основные экспортные партнеры ав-

тономного округа: Германия – 22,2% (от общего объема экспорта), Нидерланды – 21,3% Китай – 19,3%, и Беларусь – 4,8%.

Импорт товаров и услуг в автономный округ составил 497,36 млн. долл. США, что на 9,5% меньше объема импорта 2017 года, при этом 83,3% ввозимых товаров поступает из стран дальнего зарубежья. 67 стран поставляет свою продукцию в автономный округ. За 2018 год больше всего товаров ввозилось из США 40,2% (от общего объема импорта), Китая – 23,3%, Беларуси – 7,9%, Казахстана – 3,4%. В структуре импорта преобладают следующие товарные группы [2]:

- реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства, их части - 43,4% (от общего объема импорта);
- средства наземного транспорта, кроме железнодорожного или трамвайного подвижного состава, и их части и оборудование – 17,8%;
- летательные аппараты, космические аппараты, их части – 12,9%;
- продукция, изготовленная из черных металлов – 10,8%.

В целях дальнейшего развития экспортного потенциала распоряжением Правительства ХМАО-Югры № 172-рп от 13.04.2013 г. принято решение о создании некоммерческой организации Фонд «Центр координации поддержки экспортно-ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства Югры». Целью деятельности Фонда «Центр поддержки экспорта Югры» является содействие реализации государственной политики в области поддержки внешнеэкономической деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства автономного округа. Фонд «Центр поддержки экспорта Югры» предоставляет субъектам малого и среднего бизнеса автономного округа ряд мер, стимулирующих рост их международного торгового потенциала. К данным мерам относятся:

- помощь во внедрении предприятий на внешние рынки;
- обучение особенностям работы на международном рынке;
- постоянная консультационная и информационная поддержка субъектов СМСП;
- реализация регионального проекта по поддержке местных производителей – «Сделано в Югре!»;
- продвижение создаваемых на территории округа брендов [3].

В 2018 году Фондом было устроено 3 крупных международных мероприятия, а именно 2 торговых выставки в странах СНГ – Республиках Узбекистан и Казахстан, которые были посвящены строительству и продуктовому ритейлу, 1 выставка на территории Российской Федерации, посвященная продуктам питания, в которых участвовали сразу 10 местных субъектов СМСП. По итогам мероприятий, было заключено 7 экспортных контрактов на сумму 35,6 млн. руб. (34,1 млн. руб. – выставки в иностранных государствах, 1,5 млн. руб. – выставка в Российской Федерации).

Помимо этого, Фондом было организовано на территории округа 3 въездные бизнес-миссии предпринимателей из Венгрии, Латвии и Греции.

В мероприятии приняло участие 9 югорских компаний. В итоге было заключено 6 контрактов на сумму 124,14 млн. руб. Итогом оказания данных видов поддержки стало заключение 27 экспортных контрактов со странами ближнего зарубежья – Узбекистан, Казахстан, Белоруссия, Азербайджан, а также странами Восточной и Западной Европы – Венгрия, Румыния, Германия, Швейцария, Литва. Всего было заключено экспортных контрактов на сумму 199,56 млн. рублей.

Еще одним важным направлением деятельности Фонда является реализация маркетингового проекта «Сделано в Югре!» продвижение товаров производителей, использующих товарный знак «Сделано в Югре!» на внутренние и внешние рынки. В 2018 году 215 предприятий получили право на использование товарного знака «Сделано в Югре!». Также под региональным брендом в 2018 году были открыты 6 фермерских магазинов на территории округа [1].

Одним из ключевых событий 2018 года стало заключение соглашения с крупнейшей торговой электронной площадкой Alibaba. Данное событие позволило местным производителям, зарегистрированным под товарным знаком «Сделано в Югре», продвигать свою продукцию на мировых торговых интернет площадках. За 2018 год на веб-порталах, принадлежащих компании Alibaba.com, было получено 192 запроса на товары югорских предпринимателей. В течение года продукцией местных производителей заинтересовалось около 2000 пользователей из всех частей мира. Всего благодаря выходу на международную торговую интернет площадку были заключены контракты на сумму 327 тыс. долл. США.

План мероприятий Фонда на 2020 год включает [3]:

- участие СМСП в Казахстанской международной выставке «Продукты питания, напитки, ингредиенты, упаковка и оборудование для пищевой промышленности» InterFoodAstana2020» (г. Нур-Султан, Республика Казахстан);
- участие СМСП в 13-й международной выставке путешествий ITB Asia 2020 (г. Сингапур);
- участие СМСП в 23-й Международной нефтегазовой выставке и конференции «ADIPEC2020» (г. Абу-Даби, ОАЭ);
- организация участия СМСП в реверсной бизнес-миссии из Венгрии, Республики Кореи, Узбекистана.

Целью участия в данных мероприятиях является заключение экспортных контрактов, а также продвижения югорской продукции на иностранные рынки. Таким образом, ХМАО-Югра постепенно становится важным участником международных торговых отношений. Местные производители продолжают расширять географию своего присутствия, в то время как доля импорта в торговом обороте округа продолжает постепенно снижаться.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Маркетинговый проект «Сделано в Югре!». – URL : <https://madeinugra.ru>. – Текст : электронный.
2. Об итогах социально-экономического развития Ханты-Мансийского автономного округа–Югры за 2018 год. – URL : https://www.dumahmao.ru/povest/povest_2906/03/95.pdf. – Текст : электронный.
3. Центр поддержки экспорта Югры. – URL : <http://www.export-ugra.ru>. – Текст : электронный.

Научный руководитель: Данилова С.В., канд. экон. наук, доцент, филиал ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (НИУ)», г. Нижневартовск.

SEPARATE QUESTIONS OF THE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF THE TERRITORY (ON THE EXAMPLE OF THE KHMAO-YUGRA)

Author: Boychuk A.V., master student, boychuk-anna@mail.ru

Research supervisor: Danilova S.V., Candidate of economic sciences, Associate Professor at the Department of Economics, Management and Law, branch of FSAEI of HE «South Ural State University (NRU)».

Abstract: Currently, Khanty-Mansi Autonomous Okrug-Yugra is one of the most economically developed regions of Russia. A large impact on the level of competitiveness of the economy of the district has a foreign trade. The research topic is relevant, since foreign trade is an essential component in the system of foreign economic relations of the district. The article provides data on the volume of imports and exports of the Khanty-Mansi Autonomous Okrug-Ugra, their structure, as well as the main measures to support the foreign trade of the district.

Keywords: foreign economic activity, trade, import, export, foreign trade.

УДК 334

ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ НА ПРОВЕДЕНИЕ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

Бородай А.А., студент

*ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»,
г. Волгоград*

Аннотация: в данной статье рассмотрены понятия диверсификации и ее эффективности. Определены расходы, связанные с диверсификацией, для предприятий нефтегазовой области, а также факторы, с помощью ко-

торых можно определить эффективность диверсификации. Указаны критерии, которые необходимо учитывать для выбора направления диверсификации предприятиям нефтегазовой области.

Ключевые слова: диверсификация, организации нефтегазовой области, эффект диверсификации, затраты, экономический эффект, эффективность, оценка эффекта от диверсификации.

Диверсификация, как процесс проникновения фирмы в другие отрасли производства, зародилась в эпоху массового производства в конце девятнадцатого века. В начале двадцатого века она получила широкое распространение, как форма инвестирования капитала и развития компаний. Несмотря на это, до сих пор не выработан единый показатель, который позволит дать оценку эффективности того или иного направления диверсификации в количественном выражении. В наиболее общем виде экономическая эффективность является сопоставлением двух величин: абсолютной величины эффекта с абсолютными величинами затрат и ресурсов.

Так как под диверсификацией подразумевается выход за рамки основного бизнеса, чтобы повысить показатели его эффективности, то эффект диверсификации заключается в снижении собственного риска портфеля с помощью повышения количества активов. Чтобы выбрать направление диверсификации нужно просчитать затраты, которые будут связаны с проведением диверсификации производства. Для нефтегазового предприятия можно выделить такие виды расходов, как:

- 1) затраты на маркетинговые исследования и рекламу;
- 2) расходы, связанные с приобретением, строительством, монтажом или арендой объектов основных средств: оборудования, машины, инструменты, здания и сооружения, патенты;
- 3) расходы на приобретение товарно-производственных запасов;
- 4) расходы на подготовку или подбор рабочего персонала;
- 5) расходы на уплату процентов по кредитам, связанных с диверсификацией;
- 6) прочие расходы.

Таким образом, можно сделать вывод, что затраты на проведение и реализацию диверсификации можно рассчитать, как сумму вышеуказанных расходов.

Так как одним из важных эффектов диверсификации является ситуация, когда доходы от совместного использования ресурсов превышают сумму доходов от использования тех же ресурсов по отдельности [3], то при выборе направления диверсификации для предприятия приоритетным будет то, при котором оно получит этот синергетический эффект, который можно будет оценить двумя методами:

- оценка сокращения затрат на определенном уровне дохода;

– оценка увеличения прибыли на определенном уровне вложений в производство [2].

Для предприятий нефтегазового комплекса оценка эффекта от диверсификации должна включать такие аспекты, как:

1) прогнозируемый экономический эффект от диверсификации на отчетную дату;

2) прогнозируемый эффект, достижимый за счет уменьшения издержек на производство, реализацию продукции и оказание услуг;

3) прогнозируемый эффект, достижимый за счет сокращения транзакционных издержек;

4) прогнозируемый эффект, достижимый с помощью увеличения спроса на продукцию переработки нефти вследствие расширения ее ассортимента;

5) прогнозируемый эффект, достижимый за счет повышения объемов продажи нефти и газа, связанных с использованием новых направлений сбыта;

6) прогнозируемый эффект, достижимый при помощи оптимизации размещения и использования ресурсов;

7) прогнозируемый эффект, достижимый за счет социальных, экологических и косвенных результатов.

Таким образом, экономический эффект от диверсификации в нефтегазовой компании можно рассчитать, как сумму вышеуказанных факторов.

Для нефтегазовых предприятий при выборе направления диверсификации необходимо учитывать такие критерии, как:

1) Критерий привлекательности. В диверсифицированном бизнесе должна обеспечиваться приемлемая прибыль.

2) Критерий затрат на диверсификацию. Расходы на вход в новый бизнес не должны превышать прогнозируемую прибыль.

3) Критерий дополнительных преимуществ. Нефтегазовая компания после проведения диверсификации должна получить преимущество, которое заключается в возможности повышения эффективности уже существующих или новых подразделений.

4) Критерий роста экономической прибыли. Подразумевает сравнение полученной и прогнозируемой прибыли и роста рентабельности.

Отметим, что предприятия нефтегазовой отрасли проводят диверсификацию с целью повысить результативность деятельности организации, что в большинстве случаев связано с принятием важных стратегических решений [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что достаточно сложно оценить, как диверсификация может повлиять на показатели эффективности компании. Так как в большинстве эффект от диверсификации зависит от направленности стратегии, которая выбрана предприятием. Но нельзя ска-

зять, что диверсификация совершенно не оказывает никакого положительного эффекта на результативность работы предприятия и его финансовое положение. Любой вид диверсификации приводит к снижению рисков и появлению синергических эффектов, в большой степени в области финансов, за счет возможности свободного перемещения средств внутри фирмы в более развитые сферы деятельности предприятия. Однако следует учитывать, что связь между понятиями диверсификации и эффективности не так проста, как может показаться.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Войтович, Ю. А. Модель формирования стратегии развития компании в направлении диверсификации / Ю. А. Войтович. – Текст : непосредственный // Экономика и управление. – 2010. – № 69 – С. 132-135.

3. Колобов, А. А. Менеджмент высоких технологий. Интегрированные производственно-корпоративные структуры : организация, экономика, управление, проектирование, эффективность, устойчивость / А. А. Колобов, И. Н. Омельченко, А. И. Орлов. – Москва : Экзамен, 2008. 621 с. – Текст : непосредственный.

3. Экономическая библиотека «Стратегический менеджмент». – URL : <http://econom-lib.ru/2-35.php> (дата обращения: 15.04.2020). – Текст : электронный.

Научный руководитель: Кузьмина Е.В., доцент, канд. экон. наук, Волгоградский государственный технический университет

OPTIMIZATION OF COSTS IN THE DIVERSIFICATION OF OIL AND GAS COMPANIES

Author: Boroday A.A., dnaaa111@gmail.com

Research supervisor: Kuzmina E.V., docent, PhD in Economics.

Abstract: This article examines the concepts of diversification and its effectiveness. The costs of diversification of oil and gas enterprises have been identified, as well as the factors by which the effectiveness of diversification can be measured. The criteria to be taken into account in choosing the direction of diversification for oil and gas enterprises are indicated.

Keywords: Diversification, organization of the oil and gas field, diversification effects, costs, economic effects, efficiency, evaluation of the effects of diversification.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ В МИРЕ

Голобородова В.В., студент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотация: Современная энергетика в основном базируется на не возобновляемых источниках энергии, которые, имея ограниченные запасы, являются исчерпаемыми и не могут гарантировать устойчивое развитие мировой энергетике на длительную перспективу, а их использование – один из главных факторов, приводящий к глобальному ухудшению состояния окружающей среды. В таких условиях, перспективным направлением в мировой энергетике является внедрение и активное использование возобновляемых источников энергии, данным замечанием и обусловлена актуальность выбранной темы.

Ключевые слова: возобновляемые источники энергии, мировая энергетика, энергия.

К альтернативным относятся возобновляемые источники энергии (ВИЭ), которые используют потоки энергии Солнца, ветра, теплоты Земли, биомассы и т.д., существующие постоянно в окружающей среде и в обозримой перспективе практически неисчерпаемые. Все ВИЭ разделяются на две группы, использующие прямую энергию солнечного излучения и её вторичные проявления (косвенная солнечная энергия), а также энергию взаимодействия Солнца, Луны и Земли. Использование возобновляемых источников энергии сегодня часто воспринимается как результат технологического развития. Однако именно ВИЭ являлись практически единственным энергоресурсом на протяжении тысячелетий, пока человечество не научилось применять уголь, нефть, газ.

В последние несколько десятилетий, когда мировое сообщество начали волновать проблемы изменения климата, экологии, энергетической безопасности во многих странах определён курс на низкоуглеродную экономику, устойчивое развитие и «зелёный» рост. Возобновляемая энергетика снова приобрела важную роль, особенно в области выработки электроэнергии. Многие развитые страны сформировали достаточно жёсткую политику в данной области, характеризующуюся амбициозными задачами, в частности по сокращению выбросов парниковых газов. Развитие отраслей экологически чистых товаров и услуг рассматриваются данными странами как новый источник экономического роста.

Вокруг ВИЭ неизбежно будет сосредоточено множество технологических инноваций, и в долгосрочной перспективе они способны стать

ключевым источником энергии для человечества. В ближайшие десятилетия ВИЭ в энергобалансе будут занимать хоть и растущую, но далеко не ключевую долю. Доля возобновляемых источников энергии в мировом энергобалансе в 2018 году выросла почти на 1% (+0,8 пункта) и составила почти 26%.

Рост в основном связан с появлением новых ветровых и солнечных электростанций, чему способствует амбициозная климатическая политика Европейского союза, Соединённых Штатов, Китая, Индии, Японии и Австралии, а также резкое снижение затрат на развитие солнечной и ветровой энергетики, что позволяет развивающимся странам расширять свою базу возобновляемых источников энергии. Благоприятные гидроусловия способствовали росту производства возобновляемой энергии в Европе, Бразилии, Индии, Таиланде, Австралии и Новой Зеландии.

В 2018 году инвестиции в сектор возобновляемой энергетики достигли показателя 288,9 миллиарда долларов. Согласно опубликованным сегодня данным, объем инвестиций в новые мощности возобновляемых источников энергии значительно превысил инвестиции в новые мощности по производству энергии из ископаемых видов топлива.

Цифры свидетельствуют, что, хотя инвестиции снизились на 11% по сравнению с предыдущим годом, 2018 год был девятым годом подряд, на протяжении которого они превышали 200 миллиардов долларов и пятым годом подряд, в течение которого они превышали 250 миллиардов долларов. В данных не учитываются гидроэлектростанции мощностью свыше 50 МВт, на строительство которых было инвестировано еще 16 миллиардов долларов, – показатель, также снизившийся с 40 млрд. долларов в 2017 году. Сокращение объемов инвестиций в 2018 году можно частично объяснить снижением стоимости технологий солнечного фотоэлектричества, что позволило обеспечить требуемую мощность при меньших затратах, а также замедлением темпов создания новых мощностей солнечной энергии в Китае. Тем не менее, на глобальном уровне солнечная энергетика по-прежнему осталась основным направлением инвестиций с показателем 139,7 миллиарда долларов в 2018 году (сокращение на 22%). Инвестиции в сферу ветроэнергетики в 2018 году увеличились на 2% и достигли показателя в 134,1 млрд. долларов. Инвестиции в биоэнергетику и производство энергии путем сжигания отходов увеличились на 54% и составили 8,7 миллиарда долларов.

Согласно данным доклада «Мировые инвестиционные тенденции в сфере возобновляемой энергетики 2019», представленного в преддверии Саммита ООН по мерам в области изменения климата, такой объем инвестиций потенциально обеспечит четырехкратное увеличение объёмов энергии, генерируемой из возобновляемых источников, с 414 ГВт по состоянию на конец 2009 года, до 1650 ГВт

на момент 2020 года. Из общего объема 2,6 трлн. долл. США инвестиций в возобновляемые источники энергии, сделанных за последнее десятилетие, на солнечную энергию приходится половина – 1,3 трлн. долл. Мощности одной только солнечной энергетики увеличились с 25 ГВт в начале 2010 года до 663 ГВт к концу 2019 года, чего достаточно для полного ежегодного обеспечения потребности в электроэнергии примерно 100 млн. средних домохозяйств в США.

В 2018 году доля возобновляемых источников энергии в мировом производстве электроэнергии возросла с 11,6% в 2017 году и достигла 12,9%. Это позволило только в прошлом году избежать примерно 2 млрд. тонн выбросов углекислого газа, что является значительным сокращением, с учётом того, что в 2018 году выбросы мирового энергетического сектора составили 13,7 млрд. тонн. Основным производителем возобновляемой энергии по-прежнему остаётся биомасса и отходы, их доля в мировом производстве, по данным на 2018 г., составила 9,7 %, при этом доля в составе возобновляемой энергии – 74%. На втором месте стоит гидроэнергия, на долю которой приходится 2,4% производства энергоресурсов, или 17,9% всех ВИЭ. Среди новых ВИЭ выделяется геотермальная энергия, её доля, по данным МЭА на 2015 г., составляет 3,78%, при этом в общем мировом производстве энергоресурсов – 0,5%. Солнечная и ветровая энергия увеличили свою долю в течение последних 20 лет очень заметно. В структуре генерирующих мощностей на ВИЭ (после крупных ГЭС) в 2014 г. преобладающую долю занимали ветровые мощности – 22% (370 ГВт), также велика доля солнечной энергетики (фотовольтаники) – 10 % (177 ГВт). При этом, начиная с 2011 г., ВИЭ занимают более половины новых генерирующих мощностей, то есть за счёт ВИЭ добавляется больше мощностей, чем за счёт ископаемых видов топлива и атомной энергии. Лидером в производстве возобновляемой энергии в 2018 году стала Норвегия (рис. 1).

Постоянный рост спроса на ВИЭ стимулируется городами, сообществами, развивающимися рынками и корпорациями, которые постоянно ищут недорогие, экологичные и надёжные источники энергии. «Умные» города, использующие ВИЭ, рассматривают такие требования как неотъемлемую часть своих стратегий. Использование ВИЭ в коммунальной энергетике расширяет доступ потребителей к электроэнергии или увеличивает число доступных им вариантов энергоснабжения. Развивающиеся рынки используют солнечно-ветровую энергетику как оптимальный инструмент реализации своих стратегий развития. Наконец, корпорации закупают возобновляемую энергию для повышения прибыли и экологичности своих операций.

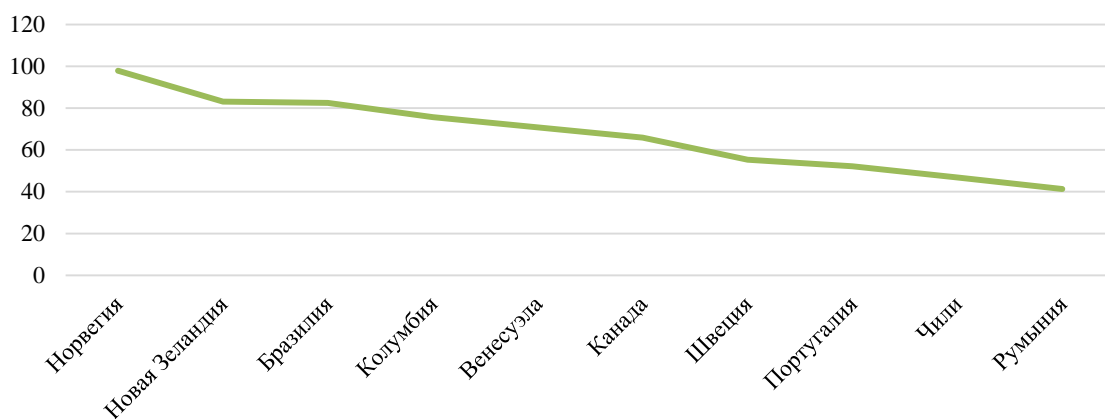


Рис. 1. Доля возобновляемых источников энергии в производстве электроэнергии в ряде стран, %

Сегодня корпорации закупают возобновляемую энергию по-новому, вовлекая в этот процесс участников из все большего числа отраслей. Ввиду того, что корпорации все больше беспокоит качество закупок, предпочтительным инструментом становятся соглашения о покупке электроэнергии (далее СПЭ). СПЭ обеспечивают оптимальную возможность получения дополнительных мощностей, но при этом доступны по большей части лишь крупным компаниям. Вместе с тем тенденция к агрегации компаний начинает расширять доступ к этому инструменту и для более мелких игроков. СПЭ являются наиболее быстро распространяющимся инструментом корпоративных закупок. В 2017 году по всему миру корпорации получили 465 тераватт-часов (ТВт·ч) возобновляемой энергии за счёт собственного производства или закупок. В 75 странах, где корпорации производят или закупают возобновляемую энергию, три приведённых выше инструмента закупок (САЭ, «зелёные» тарифы традиционных энергосетей и СПЭ) могут использоваться в различных масштабах.

В последнее время развитие солнечно-ветровой энергетики вышло на новые рубежи. Сегодня ВИЭ уже не просто популярный, а предпочтительный источник энергоснабжения. По мере того, как альтернативные источники энергии достигают паритета цены и производительности с традиционными источниками по всему миру, демонстрируют способность повышать эффективность энергосетей и укрепляют свою конкурентоспособность с помощью новых технологий, препятствия и преграды к их внедрению постепенно исчезают. Солнечная и ветровая энергия уже сейчас являются одними из самых дешёвых источников энергии в мире и имеют значительный потенциал для дальнейшего развития, поскольку способствующие этому тенденции ещё не реализовались в полной мере. Себестоимость возобновляемой энергии продолжает снижаться, а успешная интеграция ВИЭ идёт полным ходом, получая поддержку благодаря развитию

технологий, которые обеспечивают ещё большую эффективность и расширяют возможности компаний. Между тем спрос на возобновляемые источники энергии неуклонно растёт. Сегодня солнечно-ветровая энергетика позволяет практически полностью удовлетворить три ключевых требования потребителей: стабильность энергопододачи, доступная стоимость и экологичность. В развитых странах, где по мере дальнейшего развития и/или электрификации будет происходить наиболее заметный рост спроса на электроэнергию, активно стремятся к лидирующим позициям на рынке солнечной и ветровой энергетике. Это означает, что аргументы в пользу развития ВИЭ сегодня сильны как никогда.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Костюк, В. В. Энергетика и геополитика / В. В. Костюк, А. А. Макаров. – Москва : Наука, 2011. – 398 с. – Текст : непосредственный.
2. Макаров, А. А. Мировая энергетика и Евразийское энергетическое пространство. – Москва : Энергоатомиздат, 1998. – 277 с. – Текст : непосредственный.
3. Makarov, Alexei A. Laws of Power Industry Development : Elusory Essence / Alexei A. Makarov, Alexander A. Makarov. – Direct text // Thermal Engineering. – 2010. – Vol. 57. – No 13. P. 1085–1092.
4. Матвеев И. Мировая энергетика на рубеже второго десятилетия нынешнего века / И. Матвеев, А. Иванов. – Текст : непосредственный // Energy Fresh. – 2011. – Сентябрь. – С. 37-48.
5. Сливко, В. М. Энергетические аспекты развития древних цивилизаций / В. М. Сливко. – Москва : Газойл пресс, 1999. – 112 с. – Текст : непосредственный

Научный руководитель: Грузан А.В., доцент, канд. экон. наук, Донецкий национальный университет, Донецк, ДНР.

PROSPECTS FOR DEVELOPMENT THE RENEWABLE ENERGY SOURCE MARKET IN THE WORLD

Author: Goloborodova V.V., student, goloborodova2000@mail.ru

Research supervisor: Grusan A.V., assistant professor, PhD in Economics, Donetsk national university.

Abstract: Modern energy is mainly based on non-renewable energy sources, which, having limited reserves, are exhaustible and cannot guarantee the sustainable development of global energy for the long term, and their use is one of the main factors leading to global environmental degradation. In such conditions, the introduction of and the active use of renewable energy sources is a promising direction in the global energy sector, this remark determines the relevance of the chosen topic.

Key words: renewable energy, global energy, energy.

ПОЛИТИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА ДРЕВЕСНОГО БИОТОПЛИВА В РОССИИ

Григорьев В.И., студент

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», г. Санкт-Петербург

Аннотация: Мировой рынок биотоплива из древесины активно развивается. В связи с выходом США из Парижского соглашения по климату, Россия получила возможность занять значительную нишу этого рынка в Европе и в ряде стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Климатические изменения последнего времени вывели на рынок российских деревоперерабатывающих предприятий большое количество сырья для производства этого вида продукции.

Ключевые слова: древесное биотопливо, рынок биотоплива, древесные гранулы, лесная сертификация.

В современном мире в связи с политической активностью «зеленых партий», озабоченностью простых граждан здоровьем себя и своей семьи, а также заключением ряда международных соглашений сокращающих выброс в атмосферу вредных веществ повышается спрос на биотопливо. Если раньше подобный способ добычи энергии считался уделом неразвитых обществ, то теперь энергией биотоплива пользуются не только отдельные домохозяйства, но и коммерческие и коммунальные предприятия.

Первыми к промышленному производству и потреблению биотоплива стали переходить развитые страны Северной Америки (США, Канада) и Азии (Япония, Южная Корея), а также большая часть государств Западной Европы. Но сегодня все больше стран на государственном уровне говорят о необходимости замещения биотопливом других источников энергии. Так Китайская Народная Республика, крупнейший в мире потребитель и добытчик угля, планирует снизить его потребление на 150 млн. т. в год, и повысить потребление твердого биотоплива до 30 млн. т. в 2020 г. Это связано с тем, что сжигание больших объемов угля для нужд коммунальных служб и промышленных предприятий привело к резкому росту числа онкологических заболеваний во множестве крупных городов страны.

В качестве биотоплива могут использоваться разнообразные ресурсы растительного и животного происхождения – отходы деревообрабатывающих предприятий, водоросли, определенные виды растений, биогаз, помет птиц и животных. Наиболее перспективным являются так называемые пеллеты или топливные древесные гранулы, а также топливные брикеты, производимые из спрессованной, предварительно измельченной и высу-

шенной древесины [2]. Они представляют собой созданные из массивной древесины или отходов лесного комплекса небольшие, в несколько миллиметров диаметром, цилиндры. Они очень удобны для транспортировки и хранения, поскольку имеют большую плотность. В данный момент пеллеты активно используются для отопления в частных домохозяйствах, но также, хоть это пока часто наталкивается на ряд экономических проблем, в муниципальных котельных и на предприятиях. Ярким примером здесь являются «черные гранулы» – это торрефицированные пеллеты, которые можно использовать без изменения оборудования в котельных, рассчитанных на каменный уголь. Они также удобны тем, что им не требуются особые условия хранения. При этом можно смешивать каменный уголь и торрефицированные пеллеты, а можно, чисто технически, топить исключительно «черными гранулами». Правда, в данный момент направление их производства практически не развито, так как без поддержки в виде государственных субсидий «черным гранулам» почти невозможно на равных конкурировать с каменным углем. К сожалению, в большинстве случаев, как например с вышеупомянутыми торрефицированными гранулами, главным препятствием к внедрению биотоплива становится большая выгода в использовании ископаемого топлива. Дабы исправить эту ситуацию многие страны внедряют систему субсидирования предприятий, использующих биотопливо. Наиболее значительную в этом плане работу провели государства – члены Европейского союза. Выделение субсидий приводит к резкому увеличению спроса на данную продукцию [2]. А это приводит к росту промышленных мощностей занятых производством твердого биотоплива из древесины. В России в данный момент наблюдается стремительный прирост объемов производства данной продукции. В 2019 г. наблюдался прирост на 20,9%.

Также выгодное положение нашей страны на мировом рынке биотоплива подкрепляется недавним выходом США из Парижского климатического соглашения. Как уже упоминалось, потребление биотоплива менее выгодно по сравнению с ископаемым, поэтому для поощрения его потребления многие страны вводят специальные субсидии. Но, для получения данных субсидий необходимо доказать, что компании, в случае закупки импортных материалов, покупают его в странах, поддерживающих принципы нынешнего климатического соглашения. В отличие от покинувшей парижское климатическое соглашение США, Россия его ратифицировала. Это значит, что у европейских компаний есть сильный экономический интерес в закупке биотоплива именно из России. Актуальность этого тезиса подтверждается постоянным ростом объемов экспорта топливных пеллет и брикетов. В настоящее время российские предприятия производящие пеллеты уже экспортируют свою продукцию в Германию, Великобританию, Австрию, Болгарию, Данию, Норвегию, Нидерланды [1]. Однако перспективы экспорта древесных топливных гранул и брикетов для России не

ограничиваются Европой. Страны Азии также стремятся к увеличению доли биотоплива в своем энергетическом комплексе. Это, в первую очередь, Китай, Южная Корея и Япония.

Китай, который относительно недавно запланировал увеличение потребления биотоплива, производит около 6 млн. т. древесных топливных гранул в год, при этом вся эта продукция производится исключительно для внутреннего использования. Помимо этого, Китаем заключены торговые соглашения на импорт пеллет из других стран Азии. Российские производители тоже поставляют данный ресурс в КНР, но в целом, несмотря на большую емкость рынка, они в нем мало заинтересованы, ведь компании стран ЕС, Японии и Республики Корея покупают данную продукцию по более высоким ценам. Южная Корея также планирует постепенно наращивать потребление древесных топливных гранул. Так, согласно прогнозам, к 2030 г. спрос на пеллеты в этой стране достигнет 7 млн. т.

Одним из самых перспективных рынков для российского древесного биотоплива является Япония. Она планирует постепенный, но полный отказ от использования каменного угля в качестве топлива, в том числе за счет древесных топливных гранул, что приведет к увеличению их потребления до 20 млн. т. ежегодно. К 2025 г. японцы будут потреблять одну треть всех производимых в мире древесных топливных гранул. В 2018 г. Япония удвоила объем импорта пеллет. В городе Тояма, расположенном в 250 км от Токио, создается на месте угольной – пеллетная электростанция, которая будет обеспечивать электроэнергией 75 тысяч домохозяйств. В Японии крайне ограничена древесная сырьевая база, а ее соседи, такие как Китай и Южная Корея производят древесные топливные гранулы только для внутреннего пользования, и сами стараются нарастить их импорт. Сейчас поставкой в Японию биотоплива занимаются в основном Канада и ряд стран Азии. Перспективы для российских производителей древесного биотоплива здесь обуславливаются также географическим фактором – из всех потенциальных поставщиков крупных объемов пеллет только Россия имеет с Японией непосредственную границу, хоть и морскую. Это снижает плечо доставки, а значит, при прочих равных условиях, продукция российских производителей будет дешевле, чем у их зарубежных конкурентов.

Несмотря на то, что российские производители древесного биотоплива активно и взаимовыгодно торгуют с другими странами, внутренний рынок твердого биотоплива в РФ развит очень слабо. Некоторые регионы, которые раньше решили перейти на использование в качестве топлива пеллет отменяют свои решения.

Помимо необходимости увеличения мощностей соответствующих промышленных предприятий важной задачей на пути развития в России производства пеллет, которую необходимо решить, является ресурсная база производства [2]. В России как сырье для древесных топливных гранул и

брикетов используют отходы от обработки дерева. Это не только позволяет создавать новый продукт, но и является эффективным методом утилизации древесных отходов. Тем не менее, присутствуют серьезные опасения, что в связи с все нарастающей потребностью в пеллетах одного только этого ресурса России не хватит для упрочнения своего положения на международном рынке. Использование для производства древесных топливных гранул деловой древесины может в определенном смысле только ухудшить ситуацию, ведь ряд стран не признают сделанные из такого материала пеллеты за полноценное биотопливо, заявляя, что данный метод не может называться экологическим. А значит требования международных систем добровольной лесной сертификации (FSC, PEFC) не будут выполнены, и экспорт этой продукции в развитые страны станет невозможным. С другой стороны, значительное количество сырья для производства древесного биотоплива может дать испортившаяся (посиневшая) от поражения грибом древесина, которую заготовили, но не смогли вовремя вывезти российские лесозаготовители, в связи с чрезвычайно теплой зимой 2019-2020 гг.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Григорьев, И. В. Перевозка лесоматериалов по железной дороге / И. В. Григорьев. – Текст : непосредственный // Потенциал науки и образования: современные исследования в области агрономии, землеустройства, лесного хозяйства. Сб. матер. научн.-практ. конф. (20 марта 2019 г.). – Якутск : ИД СВФУ, 2019. – С. 5-9.

2. Тамби, А. А. Развитие циркулярной экономики в России : рынок биотоплива / А. А. Тамби, С. С. Морковина, И. В. Григорьев, В. И. Григорьев. – Текст : непосредственный // Лесотехнический журнал. – 2019. – Т. 9. – № 4 (36). – С. 173-185.

Научный руководитель: Беляева Н.Б., канд. экон. наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

POLITICAL AND ECONOMIC ASPECTS OF WOOD BIOFUEL PRODUCTION DEVELOPMENT IN RUSSIA

Author: Grigorev V. I., institute student, vmomr@mail.ru

Research supervisor: Belyaeva N. B., candidate of economic Sciences, associate Professor, Saint Petersburg state University of Economics.

Abstract: the Global market for biofuels from wood is actively developing. Due to the us withdrawal from the Paris climate agreement, Russia has been able to occupy a significant niche in this market in Europe and in a number of countries in the Asia-Pacific region. Climate changes in recent years have brought to the market of Russian wood processing enterprises a large amount of raw materials for the production of this type of product.

Keywords: wood biofuel, biofuel market, wood pellets, forest certification.

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Губенко Д.А., студент

*ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»,
г. Волгоград*

Аннотация: Деятельность предприятий во многом зависит от внешних факторов. В связи с этим, для снижения финансовых рисков и достижения оптимальных результатов деятельности, предприятиям следует применять диверсификацию производства, которая, в свою очередь, является одним из факторов повышения рентабельности.

Ключевые слова: Диверсификация, рентабельность, эффективность, прибыль, конкурентоспособность, риски, производство.

В настоящее время деятельность любого предприятия находится в прямой зависимости от различных внешних факторов. К ним относятся не только экономические, но и политические, социальные, международные и другие внешние факторы. Учесть все риски, возникающие в процессе деятельности, и предотвратить их практически невозможно. Именно для этого и нужна диверсификация. Она предполагает формирование инвестиционного портфеля таким образом, чтобы в случае падения доходов, получаемых от одних инвестиций, рост доходов от других сгладил ситуацию и компенсировал это падение [3].

В общем смысле под диверсификацией подразумевают переход организации от однопрофильного к многопрофильному производству, расширение номенклатуры товаров и услуг, корректировка основной деятельности компании и переориентация ее стратегии. Уровень диверсификации определяют два показателя: номенклатура товаров и услуг деятельности фирмы и соотношения основного производства и диверсифицированного [4]. Диверсификация повышает рентабельность организации, при этом финансовые риски значительно снижаются. Как результат – она становится более конкурентоспособной и, как следствие, более прибыльной и рентабельной [1].

Рентабельность – это относительный показатель, отражающий уровень прибыльности предприятия, его финансовую устойчивость, рациональность инвестиций и эффективность его деятельности в целом [2]. Для предпринимателей показатели рентабельности характеризуют степень привлекательности бизнеса. К основным таким показателям относятся: рентабельность продаж, рентабельность активов, рентабельность собственного капитала и другие. Чем выше данные показатели, тем эффективнее и прибыльнее считается деятельность предприятия в определенной сфере деятельности. Увеличения рентабельности можно достичь двумя

способами: увеличением прибыли и снижением издержек [5]. Исходя из этого, есть два пути, которые подходят для диверсификации:

1) увеличивать прибыль, с помощью увеличения объема сбыта продукции – расширять номенклатуру, искать новых клиентов;

2) уменьшать собственные средства или более эффективно управлять текущими активами и пассивами, благодаря чему будет падать потребность в дополнительном финансировании.

Перед тем, как начинать диверсификацию, предприятиям необходимо исследовать, куда и как они сбывают продукцию, определить факторы, которые делают эту продукцию конкурентоспособной. И уже по итогам исследований принимать решение о том, в какой из сегментов бизнеса вкладывать инвестиции. Только так можно не совершить ошибку при инвестировании. Факторами конкурентоспособности могут быть:

1) Цена. В этом случае предприятию следует снижать себестоимость продукции.

2) Качество. В этой ситуации следует повышать качество продукции. Например, контролировать качество закупаемого сырья и использовать новые материалы и технологии.

3) Маркетинговые исследования и сбыт. В этой ситуации необходимо направлять силы на выявление приоритетных сегментов рынка, изучать поведения конкурентов, потенциальные рыночные ниши и клиентов.

Благодаря диверсификации компания страхует себя от серьезного падения спроса на продукцию, и быстрее приспосабливается к изменчивой внешней среде. Выделяют связанный и несвязанный тип диверсификации производства. Связанный тип предполагает создание новой сферы деятельности предприятия, связанной с уже действующей деятельностью. Несвязанный тип наблюдается, когда предприятие действует в нескольких направлениях, которые никак не относятся друг к другу. С этим типом связано больше финансовых рисков, так как предприятие начинает осваивать новый для него вид деятельности, технологии и рынки сбыта.

Сторонники диверсификации утверждают, что диверсифицированные предприятия обладают большей устойчивостью. Противники диверсификации считают, что предприятия с множеством направлений деятельности плохо управляемы и зачастую имеют проблемы с рентабельностью, поскольку убытки неперспективных производств покрываются за счет прибыльных [3].

Собираясь проводить диверсификацию предприятия, необходимо учитывать специфику каждой из отраслей бизнеса. Диверсификация, в большинстве случаев, делает бизнес более устойчивым, помогает ему быстрее приспосабливаться к меняющимся условиям рынка. Благодаря диверсификации, можно получать доход от разных направлений деятельности. Однако важно помнить, что для благополучного исхода дела необходимо грамотно планировать затраты и учитывать особенности ведения бизнеса. Диверсификация помогает повысить эффективность вложений

путём расширения ассортимента продукции и выхода на новые рынки сбыта, завоевания новых клиентов, а также путём эффективного управления активами и пассивами. Благодаря этому снижается потребность в дополнительных капиталовложениях и финансировании, снижается степень риска. Поэтому для любого предприятия очень важно своевременно расширять, обновлять и совершенствовать ассортимент производимой продукции. Это будет непосредственно способствовать развитию предприятия в целом. Таким образом, процесс диверсификации производства на предприятии является фактором повышения рентабельности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Андреева, А. И. Диверсификация как фактор повышения рентабельности строительного предприятия / А. И. Андреева. – Текст : электронный // E-Scio. – 2019. – № 4. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/diversifikatsiya-kak-faktor-povysheniya-rentabelnosti-stroitel'nogo-predpriyatiya/viewer> (дата обращения : 03.04.2020).

2. Быкова, Н. Н. Понятие рентабельности предприятия / Н. Н. Быкова. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – № 29 (133). – С. 372-374.

3. Гуриева, Л. К. Стратегия диверсифицированного маркетинга современной компании / Л. К. Гуриева, Ф. Н. Доева. – Текст : электронный // Nauka-rastudent.ru – 2014. – № 12-1 (12). – URL : <http://nauka-rastudent.ru/12/2294/> (дата обращения : 03.04.2020).

4. Солдаткин, В. А. Развитие диверсификационной деятельности предприятий аграрной сферы экономики : на примере Ленинградской области : дис. ... канд. экон. наук / В. А. Сироткин. – Санкт-Петербург, 2009.– 189 с. – Текст : непосредственный.

5. Стрикленд, А. Дж. Стратегический менеджмент : концепции и ситуации для анализа / А. Дж. Стрикленд, А. А. Томпсон-мл. : учеб. пособие. Москва : Вильямс, 2012. – 928 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: Кузьмина Е.В., канд. экон. наук, доцент, Волгоградский государственный технический университет, г. Волгоград.

DIVERSIFICATION AS A FACTOR INCREASING PROFITABILITY

Author: Gubenko D. A., student, dashagubenko15@gmail.com.

Research supervisor: Kuzmina E. V., PhD in Economic sciences, assoc. prof. of Volgograd State Technical University.

Abstract: The activities of enterprises are largely dependent on external factors. In this regard, to reduce financial risks and achieve optimal results, enterprises should apply the diversification of production, which, in turn, is one of the factors to increase profitability.

Keywords: Diversification, profitability, efficiency, profit, competitiveness, risks, production.

АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ВИРТУАЛЬНОЙ И ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ В ЛОГИСТИКЕ

*Давыденко Ю.М., Ибрагимов А.А., студенты
Almaty Management University, Республика Казахстан, г. Алматы*

Аннотация: Технологии виртуальной и дополненной реальности достигли такого уровня развития, что теперь их применение стало возможным в профессиональной сфере. Результаты исследований крупными логистическими компаниями показали, что практическое применение данных технологий улучшает производительность работников и сокращает затраченное время. Также применение данных технологий положительно сказывается на финансовом положении компаний, поскольку благодаря технологиям виртуальной и дополненной реальности исчезает необходимость в некоторых затратах.

Ключевые слова: виртуальная реальность, дополненная реальность, цифровые технологии, логистика, цифровизация.

Актуальность: По мере развития цифровых технологий, виртуальная (Virtual Reality) и дополненная (Augmented Reality) реальность перестают быть лишь одним из видов досуга. Растет тенденция внедрения виртуальной и дополненной реальности в профессиональные сферы, не исключая логистическую. Тестирование этих технологий приводит к положительным результатам. Организации начинают практиковать использование виртуальной реальности для обучения сотрудников в имитируемых рабочих средах. Применение технологий дополненной реальности позволяет сотрудникам мгновенно и без лишних движений получать полезную информацию о техническом оборудовании. Эффективное использование дополненной реальности также возможно для таких сфер логистики, как доставка, работа на складах, строение транспортных средств и так далее, что подтверждают такие известные компании, как DHL и Boeing, которые уже протестировали ее возможности. В своем Послании народу Казахстана 10 января 2018 г. первый президент Республики Н.Назарбаев отметил важность развития цифровых технологий для повышения эффективности транспортно-логистической инфраструктуры: «В целом транзит грузов через Казахстан в 2017 году вырос на 17% и составил почти 17 миллионов тонн. Стоит задача довести ежегодные доходы от транзита в 2020 году до 5 миллиардов долларов. Это позволит в кратчайшие сроки вернуть затраченные государством средства на инфраструктуру. Необходимо обеспечить масштабное внедрение цифровых технологий» [1].

Введение. На сегодняшний день, во всех сферах логистики применяются различные варианты цифровых технологий. Технологии виртуальной и дополненной реальности также стали внедрять в логистические компании. Современный мир не стоит на месте: несмотря на технический прогресс и рост возможностей, по-прежнему остаются нерешенные старые проблемы, а также не перестают возникать новые вопросы, и уже проверенные устаревающие информационные технологии и системы не могут дать на них конкретные ответы. Именно поэтому и возникает потребность в разработке и внедрении новых решений, которые бы смогли справиться с постоянно изменяющимися задачами и повышающимися требованиями в логистической профессиональной сфере. Одним из этих решений, безусловно, является применение в логистике технологий виртуальной и дополненной реальности, главной задачей которых является интеграция искусственно созданной цифровой и существующей реальности в единое пространство с целью ускорения поиска и анализа необходимой информации и упрощения ее восприятия человеком.

Разница между виртуальной и дополненной реальностью. Виртуальная реальность, или Virtual Reality (VR) – искусственный трехмерный мир, созданный с помощью компьютера и воспринимаемый человеком посредством специальных устройств [3, с.3]. Дополненная реальность, или Augmented Reality (AR), не меняет человеческого видения окружающего мира и его восприятия, а лишь дополняет реальный мир искусственными элементами и новой информацией. О сути понятия «дополненная реальность» говорит само название – это технологии, которые дополняют реальность виртуальными элементами. Это среда с прямым или косвенным дополнением физического мира цифровыми данными в режиме реального времени при помощи компьютерных устройств – планшетов, смартфонов и инновационных гаджетов вроде Google Glass, а также программного обеспечения к ним [5, с. 484-492].

Итак, виртуальная реальность за счет воздействия на органы восприятия человека создает ощущение замены реального мира на цифровой, погружая человека в него при помощи специальных приспособлений. Дополненная реальность совмещает виртуальное и реальное, взаимодействуя в реальном времени. Оба варианта могут работать в 3D, требуют использования специальных гаджетов в работе и достаточно просты в управлении.

Аспекты применения технологий виртуальной и дополненной реальности в логистике. Различные известные компании из сферы логистики, тестируя цифровые технологии, в частности AR, показали положительные результаты. Опыт применения компаниями данных технологий продемонстрировал тенденцию повышения эффективности труда рабочих и значительной экономии времени. При этом не возникало необходимости в применении большего количества усилий для поиска точной информации, а

наоборот работа была упрощена за счет применения специализированных гаджетов. Примером использования технологий AR в профессиональной сфере логистики является компания DHL, которая является лидером среди всех мировых поставщиков логистических услуг. Компания провела эксперименты с использованием дополненной реальности и смарт-очков на складе, расположенном в Нидерландах. Работники склада должны были носить их в течение трех недель. Сделать процесс комплектования быстрее и сократить количество ошибок персоналу помогали изображения, которые работники могли видеть, надев умные очки. Пилотный проект показал, что с дополненной реальностью логистика и процесс выбора нужных товаров на складе проходит эффективнее на 25%. Надевая такие умные очки, они видели информацию по поставленным им задачам. Информация содержала такие данные как количество, продукт и его местоположение. Очки использовались 10 сотрудниками, которые собирали заказы. Они собрали 9000 заказов в установленные сроки. Таким образом, работа была выполнена гораздо быстрее и без каких-либо ошибок [6].

При помощи дополненной реальности можно тратить меньше усилий на поиск информации, но работать быстрее. Применение AR технологий позволяет полностью исключить использование инструкций и схем на бумажных носителях, так как каждый объект, о котором имеется информация, в поле зрения специального гаджета сопровождается подробной справкой о его использовании. Это очень хорошо с точки зрения экологии и является весомым аргументом для продолжения развития технологий дополненной реальности в этом направлении. Примером применения AR для замены бумажных инструкций является опыт компании Boeing – одной из крупнейших мировых производителей авиационной техники. На самолетах Boeing сложная система проводки, которую укладывают и соединяют по шаблону. В начале 2014 года компания выдала сотрудникам очки дополненной реальности. Устройство реагирует на голосовые команды, поэтому достаточно сказать нужную фразу – и в линзах активируется экран, на который вместе с реальным изображением окружающих вещей выводится карта сборки проводки. В корпорации экспериментом остались довольны. Оказалось, что использование технологии сократило время производства на одну четверть и снизило количество ошибок в два раза [2].

Помимо AR компании начали применять возможности технологий VR, что также привело к положительным результатам. Виртуальную реальность удобно использовать для обучения сотрудников. Такое обучение наглядно и реалистично демонстрирует сотрудникам то, что от них требуется в работе на определенных локациях, при этом обучение напоминает видеоигру, что вероятно, интересно для самих обучающихся. Примером успешного применения виртуальной реальности является компания Audi, которая применяет VR для обучения. Новая интерактивная программа

обучения Audi разработана для изучения процесса упаковки в логистике производства полного цикла. Упражнения представлены в форме видеоигры, а небольшие габариты оборудования системы допускают быстрое и легкое его использование практически в любом месте. Надев очки виртуальной реальности, сотрудники попадают в реалистичный симулятор своего рабочего места в зале L логистического центра Audi в Ингольштадте, могут брать и передвигать виртуальные изображения рабочего оборудования, такого как контейнеры или другие компоненты. Шаг за шагом сотрудники проходят различные процессы упаковки в точности так, как это происходило бы в реальности. Они запоминают необходимые движения рук, попутно осваивая соответствующее программное обеспечение. Процесс обучения может быть легко организован на любой площадке. Это, в свою очередь, позволяет компании экономить ценные площади, а также время и средства. В программе виртуального обучения предусмотрено несколько уровней сложности, что дает возможность сотрудникам последовательно совершенствовать свои навыки, а также мотивирует их сразу же использовать полученные знания на практике [4].

Заключение. Таким образом, по мере развития цифровых технологий, растет тенденция внедрения виртуальной и дополненной реальности в логистическую профессиональную сферу. Организации начинают практиковать использование виртуальной реальности для обучения сотрудников в виртуальных, имитируемых рабочих средах. Также компании применяют технологии дополненной реальности, что позволяет сотрудникам мгновенно получать полезную информацию о техническом оборудовании, экономя время на самостоятельный поиск точной информации, сделать процесс комплектования быстрее и сократить количество ошибок. Применение данных технологий может полностью избавить компании от необходимости выпуска инструкций и схем на бумажных носителях, что очень хорошо с точки зрения экологии. Гаджеты демонстрируют сотрудникам маршруты, что позволяет им перемещаться быстрее в целях поиска товаров и другое. Применение устройств виртуальной и дополненной реальности имеет большой потенциал для будущего в сфере логистики и является одним из самых современных способом решения профессиональных трудностей, а так как логистика тесно связана с экономикой, данный метод цифровизации логистики в дальнейшем может оказать положительное влияние на экономику.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана. 10 января 2018 г. – URL : https://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-n-nazarbaeva-narodu-kazahstana-10-yanvary-2018-g. – Текст : электронный.

2. Как дополненная реальность помогает производствам, 22 ноября 2018. Команда Orange, Индустрия ооо. – URL : <https://www.orange-business.com/ru/blogs/kak-dopolnennaya-realnost-pomogaet-proizvodstvam>. – Текст : электронный.

3. Кондратьев, И. Технология – виртуальная, результат – реальный / И. Кондратьев. – Текст : непосредственный // Computerworld. – 1997. – № 35.

4. Технологии машинного обучения и VR для продвижения бренда Максим Браверман /Август 2017 г./. Инсайты потребителей. – URL : <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/insights-trends/userinsights/tekhnologii-mashinnogo-obucheniia-i-vr-dlia-prodvizheniia-brenda>. – Текст : электронный.

5. Яковлев, Б. С. Классификация и перспективные направления использования технологии дополненной реальности / Б. С. Яковлев, С. И. Пустов. – Текст : непосредственный // Известия Тульского гос. ун-та. Серия : Технические науки. – 2013. – Вып. 3. – С. 484-492.

6. DHL использует дополненную реальность в работе складов. – URL : <https://ar-conf.ru/ru/news/dhl-ispolzuet-dopolnennuyu-realnost-v-rabote-skladov>. – Текст : электронный.

Научный руководитель: Рахимбекова Ж.С., канд. экон. наук, доцент, Almaty Management University.

ASPECTS OF APPLYING OF VIRTUAL AND AUGMENTED REALITY TECHNOLOGIES IN LOGISTICS

Authors: Davydenko Y.M., Ibragimov A.A., students, davydenko.julia@gmail.com.

Research supervisor: Rakhimbekova Zh.S., Ph.D. (Economics), Associate Professor, Department of Management and Marketing, Almaty Management University

Abstract: Virtual and augmented reality technologies have reached such a level of development that now their applying has become possible in the professional field. The results of research by large logistics companies have shown that the practical application of these technologies improves the productivity of workers and reduces the time spent. Also, the use of these technologies has a positive effect on the financial situation of companies, since due to virtual and augmented reality technologies, the need for some costs disappears.

Keywords: virtual reality, augmented reality, digital technology, logistics, digitalization.

ОЦЕНКА СТРАТЕГИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Дорофеева В.С., студент

ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры», г. Макеевка

Аннотация: Эффективное стратегическое управление потенциалом предприятия формирует успех его деятельности в долгосрочной перспективе. Экономический потенциал может быть использован при планировании текущей деятельности и для стратегического развития предприятия. Целью работы является систематизация существующего, а также разработка нового инструментария для оценки стратегических направлений развития экономического потенциала предприятия.

Ключевые слова: экономический потенциал, развитие потенциала предприятия, стратегические направления развития, методы оценки, критериальная оценка.

Оценка экономического потенциала предприятия дает возможность повысить качество и эффективность разработки и принятия управленческих решений по текущей деятельности предприятия, определить направления его стратегического развития, а также повысить обоснованность данных решений. Исследование экономического потенциала обеспечивает выявление возможностей повышения прибыльности организации. Экономический потенциал предприятия влияет на достижение его стратегических целей, поскольку зависит от форм ресурсного обеспечения и их оптимального использования. С помощью эффективного использования имеющегося экономического потенциала можно определить путь развития предприятия, а также обеспечить его стабильность и рост в будущем.

По мнению автора, стратегические направления развития экономического потенциала предприятия – это возможные пути улучшения экономического потенциала в рамках стратегии развития предприятия. Для выбора стратегических направлений развития могут быть использованы уже разработанные методики, позволяющие оценить целесообразность каждой стратегической альтернативы развития экономического потенциала предприятия. Для оценки стратегических направлений развития экономического потенциала могут быть использованы методы портфельного анализа, основанные на построении матриц.

1) Модель ADL/LC, позволяющая выбрать стратегию развития предприятия соответственно стадии жизненного цикла производства. Сочета-

ние двух параметров – одной из четырех стадий жизненного цикла и одной из пяти конкурентных позиций – составляют матрицу ADL, состоящую из 20 ячеек. Однако, несмотря на широкую размерность и большой выбор стратегических альтернатив, все варианты являются жестко предписанными и ограничивающими.

2) Методика BCG предполагает анализ относительной (относительно конкурентов) доли рынка и характера роста самого рынка, в результате которого товары, услуги или стратегические единицы бизнеса распределяются по 4 секторам: «Звезды», «Дохлые собаки», «Трудные дети» и «Дойные коровы». Данная методика наглядно показывает, какие направления бизнеса целесообразно развивать, а какие прекратить.

3) Матрица McKinsey/General Electric предлагает 9 возможных стратегий для направлений бизнеса, в зависимости от привлекательности отрасли и конкурентной позиции на рынке.

4) Матрица И. Ансоффа предлагает четыре варианта стратегии (расширения, развития рынка, развития услуги, диверсификации) на основе анализа качественных характеристик предоставляемой услуги при одновременной оценке возможностей рынка [2, с.108].

Таким образом, матричные методы позволяют оценить стратегические направления развития экономического потенциала на основе сопоставления существующего положения предприятия, жизненного цикла продукции, занимаемой доли рынка и привлекательность отрасли. Однако все предлагаемые стратегии носят предписывающий характер и малоприменимы в условиях нестабильности внешней среды. В условиях слабо формализованной информации для фильтрации множества стратегических альтернатив развития экономического потенциала и оценки их предпочтительности могут быть использованы экспертные методы, среди которых метод мозгового штурма, метод Дельфи, экспертное ранжирование. Видами экспертного ранжирования являются:

1) Метод простой ранжировки – расстановка экспертами анализируемых критериев от наиболее до наименее значимых.

2) Метод непосредственной оценки заключается в отнесении объекта оценки к определенному значению по оценочной шкале.

3) Метод парных сравнений состоит в сопоставлении элементов, расположенных в столбцах и строках матрицы [3, с.457].

В условиях неопределенности для оценки стратегических направлений развития экономического потенциала могут применяться методы теории принятия решений:

1) Критерий Вальда (критерий крайнего пессимизма) предполагает выбор стратегии с наивысшей вероятностью выигрыша.

2) Критерий решения Гурвица рекомендует среднее значение между оптимизмом и пессимизмом с помощью α -коэффициента.

3) Критерий решения Сэвиджа считает оптимальным то решение, для которого риск, максимальный при различных вариантах условий, окажется минимальным.

4) Критерий решения Лапласа принимает условия среды как равные, если они достоверно неизвестны. Данный критерий подходит для стратегических долгосрочных решений.

5) Дерево решений – схематическое представление процесса принятия управленческих решений по определенной проблеме, изображаемое графически в виде древовидной структуры. [3, с.470].

Ситуационный анализ используется для прогнозных оценок деятельности, в разработке стратегических планов и оценке стратегических направлений развития. К методам ситуационного анализа относятся:

1) Имитационное моделирование – построение моделей, которые позволят выбрать наиболее приемлемый вариант развития событий и влиять на значения основных показателей системы. С помощью имитационной модели можно составить прогноз основных финансовых показателей предприятия и на основании этого предложить стратегию развития [4, с.25].

2) Метод составления сценариев предлагает просчитать вероятные варианты развития экономического потенциала предприятия. Обычно прогноз включает в себя оптимистический, средний и пессимистический сценарии. [1, с.33]. Таким образом, проанализировав существующую методическую базу оценки стратегических направлений развития экономического потенциала предприятия, можно выделить матричные методы, методы принятия решений, экспертные методы, методы ситуационного анализа. Методика оценки стратегических направлений развития экономического потенциала предприятия, предлагаемая автором, основана на критериальном отборе стратегических альтернатив (рис. 1).

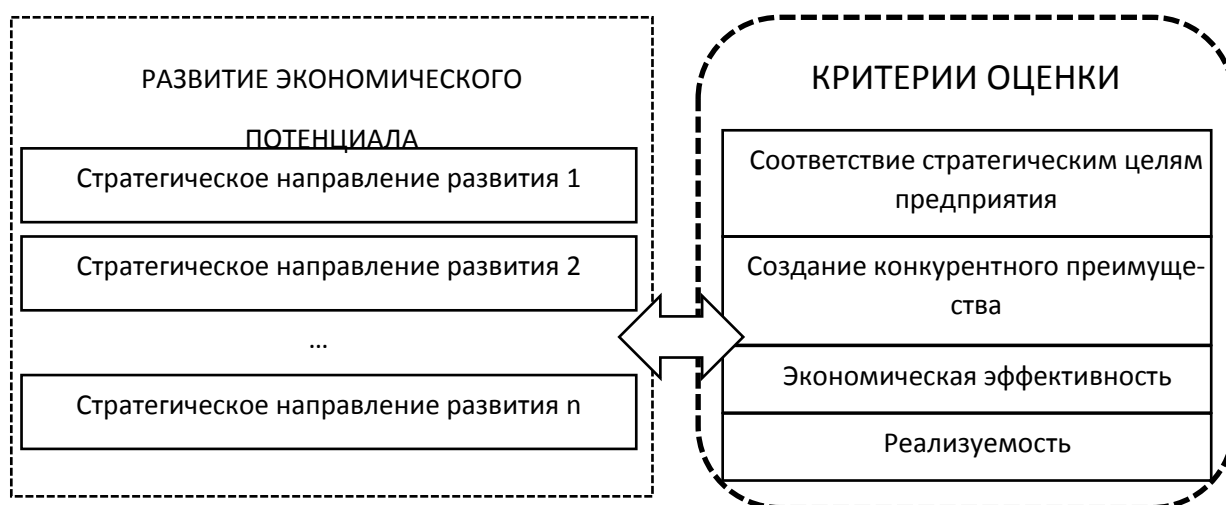


Рис. 1. Критерии оценки стратегических направлений развития экономического потенциала предприятия

Стратегические направления развития должны соответствовать 4 критериям:

1) Соответствие стратегическим целям предприятия (выбранные направления развития должны не согласоваться с существующими стратегическими планами предприятия);

2) Создание конкурентного преимущества (превосходство над конкурентами в ресурсах, навыках или занимаемой рыночной позиции);

3) Экономическая эффективность (затраты на реализацию стратегических направлений развития экономического потенциала должны быть приемлемы и сопоставимы с планируемым результатом);

4) Реализуемость (стратегические направления развития должны основываться на текущих ресурсах и способностях предприятия).

Таким образом, проведение оценки стратегических направлений развития в разрезе стратегического управления потенциалом предприятия является ключевым фактором успеха его деятельности в долгосрочной перспективе. В работе была предложена методика оценки стратегических направлений развития экономического потенциала предприятия, основанная на критериальном отборе стратегических альтернатив (соответствие стратегическим целям; создание конкурентного преимущества; экономическая эффективность; реализуемость).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бекетова, О. Бизнес-планирование : конспект лекций / О. Бекетова. – Москва : ЭКСМО, 2009. – 161 с. – Текст : непосредственный.

2. Лисечко, Н. А. Методическое обеспечение комплекса маркетинга в сфере услуг / Н. А. Лисечко. – Текст : непосредственный // Вестник ЮУрГУ. Серия : Экономика и менеджмент. – 2010. – № 26 (202). – С. 106-112.

3. Петров, А. Н. Менеджмент : учебник для академического бакалавриата / А. Н. Петров. – Москва : Юрайт, 2016. – 645 с. – Текст : непосредственный.

4. Толпегина, О. А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. А. Толпегина, Н. А. Толпегина. – Москва : Юрайт, 2019. – 364 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: Андреева Е.Ю., канд. экон. наук, доцент, Донбасская национальная академия строительства и архитектуры.

EVALUATION OF STRATEGIC DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC POTENTIAL OF THE ENTERPRISE

Author: Dorofeeva V.S., student, vika-dor-2009@mail.ru

Research supervisor: Andreeva E.Y., PhD, Docent of Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture

Abstract: Effective strategic management of the enterprise's potential forms the long-term success of its activities. Economic potential can be used in planning current activities and for the strategic development of the enterprise. The aim of the work is to systematize the existing, as well as the development of new tools for assessing strategic directions of development of the economic potential of the enterprise.

Keywords: economic potential, development of enterprise potential, strategic directions of development, assessment methods, criteria-based assessment.

УДК 004.738.5

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ПРИМЕНЕНИЯ ИНТЕРНЕТА ВЕЩЕЙ В УПРАВЛЕНИИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

*Ералиева Н.Р., Оралова М.С., Шаймерденова Н.Е., студенты
Almaty Management University, Республика Казахстан, г. Алматы*

Аннотация: Интернет вещей – сети, которые обладают встроенными технологиями для взаимодействия с внешней средой и друг с другом, имеющие способ подключения М2М – то есть машины-к-машинам, которые исключают из части действий и операций необходимости участия человека. [1, с.201]. Управление цепями поставок – интеграционный подход, который управляет всеми потоками (материальными, информационными, финансовыми и технологическими), все возникающие потоки и преобразующиеся в логистические и производственные процессы и имеющие цель измерить экономический эффект (оптимизация цепей поставок, снижение издержек и т.д.) [3, с.193]. Интернет вещей в управлении цепями поставок – объекты, которые могут обмениваться данными, отслеживать статус груза и т.д., возникающее в логистических процессах и имеющие интеграционный подход который управляет всеми потоками.

Ключевые слова: интернет вещей, управление цепями поставок, логистика, информационные технологии, инновация.

Каждый день в мире образуется огромное количество информации, она лишь частично кем-то, либо кем-то фиксируется, ещё меньшая её часть используется для повышения эффективности процессов. Интернет вещей же старается определить ту полезную информацию, она может быть «выхвачена» из общего массива постоянно образующихся данных и полезно использована в сочетании с новыми возможностями связи. Так как IoT это всё ещё инновация, многие возможности для использования и обработки данных, наверное, еще даже не придуманы. Данный тренд означает, что

скоро будут регулярно продолжать поступать множество новых приложений и услуг, так как поставщики технологий все чаще используют информацию, которую может предоставить глобальная «сеть вещей».

Мы все активно используем GPS, позволяющий отслеживать в реальном времени автомобили, грузовики, вещи и даже людей, через наши мобильники. Есть и датчики на чувствительных элементах инфраструктуры, таких как мосты, они предоставляют информацию об их текущем состоянии. Авиакомпании в онлайн режиме анализируют состояние своего парка самолетов, и готовы ремонтировать их тут же по приземлению, словно на пит-стопе Формула 1. Различные системы контроля могут идентифицировать брак в производстве, с тем, чтобы не пустить его в дальнейший передел, не принести убытки и ущерб репутации. Теги, встроенные в контейнеры для продуктов, могут записывать и сообщаться данные о состоянии груза и даже колебаниях температуры внутри «коробки», это является одним из важных условий для осуществления доставки качественной продукции.

Какие возможности применения Интернета вещей есть в сфере логистики? Одним из основных трендов, над которым сейчас, и в недалеком будущем, будут работать 3PL-операторы и грузоотправители – это возможность в любую минуту знать, где сейчас находится груз. От этого зависит качество сервиса для клиента, и если для нас с вами – это, к примеру, желание получить подарок в заданные жесткие временные рамки, чтобы успеть подарить, то для сектора B2B – жизненно важная необходимость [4]. Представьте завод, остающийся без угля или руды, и ему приходится гасить доменную печь. Или магазин, где с утра нет соли или яиц для покупателей – навряд ли они еще раз придут туда. Данная технология действует у некоторых компаний и в наши дни. Отслеживание трейлеров или контейнеров становится все более распространенным и привычным явлением. Благодаря же последним технологическим достижениям уже можно отслеживать даже небольшие единицы товаров, к примеру, отдельные поддоны или даже биг-беги.

Рассмотрим технологию Интернета вещей в управлении цепями поставок. Безусловно, потенциал приложений IoT для цепи поставок колоссален. Объекты, которые могут общаться между собой, дают новые горизонты для развития. К примеру, знать, где они находятся в любое время для состыковки и для уменьшения упущенной прибыли. Это также поможет отслеживанию отгрузки продукции поставщиком в онлайн режиме. Это означает, что вы можете с легкостью узнать, сколько и какой продукции находится в каждой точке цепи, будь это океан, трасса или полка магазина, а это значит, что всегда есть понимание своих запасов, столь важных для эффективной работы цепи поставок.

Способность отслеживания может сочетаться и с повышением эффективности управления парка авто или флота морских судов. Значит, вы

можете уменьшить порожний пробег, определить более эффективные маршруты для фур, и контролировать, а также оптимизировать расписание для погрузки и доставки с высочайшей точностью. Но нельзя забывать тот факт, что в любом крупном деле встречаются определенные риски. Интернет вещей не исключение. Несмотря на всю красоту и сказочность, футурологичность, стоит помнить, что интернет вещей всё еще находится в зачаточном положении. Безопасность интернета вещей будет проблемой насущной. Так как интернет вещей «растет опасно быстрыми темпами», безопасность пользователей должна опережать рост этой тенденции.

Во-первых, с подобным количеством устройств, регулярно общающихся друг с другом, существует серьезный риск потери конфиденциальной информации. Появится способность отслеживать не только передвижения людей, но и состояние корпораций, основанное на объемах, которые они транспортируют, или даже на том, что они транспортируют, и это должно рассматриваться как риск. Во-вторых, с таким большим количеством потенциальных порталов в сети, на которые полагается корпоративное управление, есть вероятность, что кто-то, взломавший ваш умный то-стер, может попасть оттуда и в ваши основные операционные системы.

Итак, для компаний, ищущих возможности использовать приложения Интернета вещей, риск, связанный с безопасностью, обязателен к оценке. Как и для любой новой технологии есть риск того, что она, в конечном счете, потерпит неудачу, или будет быстро заменена. Чтобы технология работала «как часы», необходимы большие инвестиции, в том числе во всеобщую инфраструктуру. Это значит, что уже сейчас должна начаться всеобщая программа цифровизации. Но 100% уверенности в успехе технологии, кажется, пока нет ни у кого, – ни у развитого Запада, ни у нас.

Для компаний, работающих в сфере управления цепями поставок, ситуация с постоянным давлением конкуренции и цель в виде контроля затрат вряд ли изменится. Нынешние тенденции ещё большего спроса на электронную коммерцию и сопутствующую ему важность быстрых и точных поставок, так важных для бизнеса и нас с вами, без сомнения, вынудят компании двигаться к новым технологиям. Судя по истории последних технологических разработок, удивительное нововведение – то, что обязательно станет мировым лидером, – может так же быстро стать устаревшим. Стоит взглянуть на несколько известных примеров из «корзины» истории: носители информации, новые технологии видео, войны игровых консолей, и, наше любимое – операционные системы для смартфонов. Осмотрительность и осторожный взвешенный подход, поиск проверенной технологии и максимальное сокращение рисков, это то, что нам нужно.

Итак, как начать использовать Интернет вещей в своей сфере? Один из способов извлечь максимальную выгоду уже сейчас – начать использовать технологии, имеющиеся у вас уже в данный момент, они готовы к так называемой «атаке» данными. Один из способов начать – мощный смарт-

фон. Это устройство сильно изменило «область игры» для управления цепями поставок. Уже сейчас есть множество приложений, включающими в себя функциональность IoT. В последних смартфонах встроено до 10 различных датчиков. Они могут определять локацию, свет, температуру, распознавать образы, ускорение, голос, видео и многое другое. Эта способность фиксировать то, что происходит вокруг них, делает каждый из них серьезным источником данных. Добавляем к этому способность передавать данные и активировать удаленные функции через Bluetooth и NFC, и получается, что «обыкновенный» смартфон – действительно мощный инструмент интернета вещей.

В заключении мы хотим сказать, что в данной научной статье вкратце была рассмотрена концепция Интернета вещей, а так же возможности, достаемые человеку при её использовании. Отмечено, что Интернет вещей предоставляет большие возможности в сфере генерирования, сбора, передачи, анализа и распределения данных в мировом масштабе. Исходя из вышеизложенного, можно сделать заключение, что концепция IoT в ближайшем будущем будет оказывать существенное влияние на все сферы жизнедеятельности человека – образование – появляться новые специальности, на которых будут готовить специалистов в области IoT, все это станет достоянием человечества.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Грингард, С. Интернет вещей. Будущее уже здесь / С. Грингард. Москва : Альбина Паблишер, 2016. – 201 с. – Текст : непосредственный.
2. Интернет вещей : что он сулит цепи поставок. – URL : <https://supplychains.ru/2014/12/22/iot-supply-chain-management/>. – Текст : электронный.
3. Логистика и управление цепями поставок. Основы логистики : учеб. пособие / под ред. Б. А. Аникина. – Москва : Проспект, 2014. – 193 с. – Текст : непосредственный.
4. Логистический портал. Lobanov – logist.ru. Интернет вещей и Логистика. – URL : <https://www.lobanov-logist.ru/library/353/63898/>. – Текст : электронный.

Научный руководитель: Рахимбекова Ж.С., канд. экон. наук, доцент, Almaty Management University.

SOME ISSUE OF USING THE INTERNET IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Authors: Yeraliyeva N.R., Oralova M.S., Shaimerdenova N.Ye., students.

Research supervisor: Rakhimbekova Zh.S., PhD in Economics, Associate Professor of Almaty Management University.

Abstract: The Internet of things is a network that has built-in technologies for interacting with the external environment and with each other, having a connection method of M2M – that is, machine-to-machine, which exclude the need for participation from part of the actions and operations person. Supply chain management is an integration approach that manages all flows (material, information, financial and technological), all emerging flows and transformed into logistics and production processes and aimed at measuring the economic effect (optimization of supply chains, cost reduction, etc.). The Internet of things in supply chain management – objects that can exchange data, track the status of cargo, etc., arising in the logistics processes and having an integration approach that controls all flows.

Keywords: Internet of things, supply chain management, logistics, information technology, innovation.

УДК 681.5.037.2

УСТОЙЧИВОСТЬ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ С ПОЗИЦИЙ ТЕОРИИ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ

*Ефименко А.В., главный специалист
Департамент международного права и связей с общественностью
Министерства юстиции ДНР, г. Донецк*

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические и прикладные вопросы оценки устойчивости нефтегазовых компаний с позиций теории добавленной стоимости. На основе расчетов величины и динамики добавленной стоимости ведущих нефтегазовых компаний мира показана их низкая способность обеспечивать рост ключевых показателей в условиях высокой волатильности. Определены способы повышения устойчивости нефтегазовых компаний за счет составляющих цепочки приращения добавленной стоимости.

Ключевые слова: волатильность, устойчивость, нефтегазовые компании, добавленная стоимость, цепочка приращения добавленной стоимости нефтегазовых компаний.

На текущий момент нефтегазовым компаниям приходится действовать в условиях высокой волатильности, являющейся квинтэссенцией обострившихся политических противоречий и новой балансировки мирового энергетического рынка. Нестабильность внешней среды требует поиска новых индикаторов и ресурсов для сохранения позитивной траектории развития нефтегазовых компаний. На наш взгляд, хорошие перспекти-

вы есть у подхода, основанного на теории добавленной стоимости, поскольку он позволяет выявить источники повышения устойчивости нефтегазовых компаний к внешним возмущениям за счет составляющих воспроизводственного процесса, последовательно создающих новую стоимость в процессе преобразования нефтегазовых ресурсов в конечные продукты.

Поиск устойчивости нефтегазовых компаний с позиций теории добавленной стоимости требует в первую очередь фиксации и определения базовых понятий, с помощью которых будет осуществляться исследование. К ним относятся «устойчивость нефтегазовых компаний», «добавленная стоимость нефтегазовых компаний» и «цепочка приращения добавленной стоимости нефтегазовых компаний». Имеющееся в современной науке содержательное многообразие определения понятия «устойчивость» можно условно разделить на несколько групп. С одной стороны, речь идет о способности системы возвращаться в состояние равновесия после того, как она была из него выведена под влиянием внешних (или внутренних) возмущений» [2, с.97; 8, с.5]. С другой стороны – устойчивость может рассматриваться в качестве возможности субъектов хозяйствования функционировать в высокодинамичных условиях, сохраняя при этом позитивную динамику ключевых показателей хозяйственной деятельности [7, с.5; 9, с.56]. В рамках такой позиции устойчивость нефтегазовых компаний представляется динамичной характеристикой, которая обеспечивается за счет целостности и гармоничности цепочки приращения добавленной стоимости. В таком случае результирующим показателем, позитивная динамика которого может свидетельствовать о наличии устойчивости, является добавленная стоимость.

Термин «добавленная стоимость» используется учеными в различных модификациях. В определении данного понятия импонирует позиция Д. В. Плетнева. Ученый предлагает рассматривать добавленную стоимость как превышение стоимости продукта, произведенного корпорацией (то есть дохода корпорации), над стоимостью используемых ею в производстве материальных ресурсов (то есть материальных затрат)» [6, с.139]. Следует также согласиться с видением В. Г. Варнавского о том, что создание стоимости – динамический процесс, в результате которого происходит ее увеличение на каждом этапе производства и сбыта продукции [1, с.7]. Следовательно, чем гармоничней и целостней цепочка создания стоимости – тем более устойчива нефтегазовая компания.

Далее предпримем попытку рассчитать величину добавленной стоимости ведущих нефтегазовых компаний и проанализировать ее динамику. Искомый показатель будем исчислять путем суммирования чистой прибыли, затрат на оплату труда (с учетом вознаграждений членам Совета директоров и Правления) и денежных средств, направленных на расчеты по налогам и сборам и процентов к уплате. Дадим некоторые пояснения по использованной информационной базе. Ее сформировали

годовые отчеты нефтегазовых компаний, информация, подготовленная ими в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) и данные, предоставленные эмитентами Комиссии по ценным бумагам и биржам США. Показатели чистой прибыли извлекаются из отчета о совокупном доходе (в более поздних версиях – из консолидированного отчета о прибылях и убытках, сформированного по МСФО) и представляют собой сумму прибыли, относящейся к акционерам субъекта хозяйственной деятельности и доле меньшинства. Расходы на оплату труда – из примечания 26 «Операционные расходы» или же из блока «Consolidated statements of comprehensive income» (в случае, когда источником информации служат данные иностранных нефтегазовых компаний, которые они предоставили Комиссии по ценным бумагам и биржам США в SEC-формах (20-F и др.). Проценты к уплате – это раздел доходы и расходы по финансированию (финансовые доходы и расходы). Источником данных о размерах вознаграждений членам совета директоров и правления являются ежеквартальные отчеты эмитентов (для российских компаний) и отчеты о вознаграждении директоров – для зарубежных компаний-аналогов (таблицы 1-3). Все показатели в таблицах рассчитаны по данным [3-5; 10-13].

Табл. 1. Добавленная стоимость нефтегазовых компаний, 2007-2018 гг., млрд. долл.

Нефтегазовые компании	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ПАО «Газпром»	78,3	100,2	70,5	86,5	116,8	115,8	110,8	72,5	56,0	54,9	69,3	86,5
ПАО «ЛУКОЙЛ»	45,6	48,8	37,5	17,3	51,6	31,2	43,5	19,5	27,8	21,4	30,8	39,4
ПАО «НК» Роснефть»	30,4	29,4	17,6	25,3	61,1	69,0	103,5	96,0	50,2	40,2	59,4	81,8
PetroChina	44,6	51,5	51,1	68,7	86,7	86,9	311,7	309,4	214,3	184,0	230,8	75,9
Sinopec Group	19,4	17,7	37,5	44,5	53,4	54,8	49,8	45,0	49,9	55,7	58,2	71,0
ExxonMobil	164,2	179,7	114,9	138,9	168,4	168,4	141,6	132,4	91,1	56,8	69,4	85,1
British Petroleum	43,6	46,8	35,5	15,4	49,4	29,2	41,5	17,6	20,3	12,2	16,3	26,6

Табл. 2. Динамика добавленной стоимости нефтегазовых компаний 2008-2018 гг., в % к предыдущему году

Нефтегазовые компании	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ПАО «Газпром»	27,9	-29,6	22,7	35,1	-0,9	-4,3	-34,6	-22,8	-2,0	26,1	24,9
ПАО «ЛУКОЙЛ»	7,0	-23,2	-53,8	197,6	-39,6	39,5	-55,1	42,0	-22,8	43,7	27,9
ПАО «НК» Роснефть»	-3,5	-40,0	43,3	141,7	13,0	50,1	-7,2	-47,7	-19,9	47,7	37,7
PetroChina	15,5	-0,8	34,6	26,2	0,2	258,8	-0,7	-30,7	-14,2	25,5	-67,1
Sinopec Group	-8,8	112,0	18,7	20,0	2,5	-9,1	-9,6	10,9	11,7	4,4	22,1
ExxonMobil	9,4	-36,1	20,9	21,2	-0,1	-15,9	-6,5	-31,2	-37,7	22,2	22,7
British Petroleum	7,3	-24,1	-56,7	220,9	-40,8	41,9	-57,6	15,4	-39,7	33,5	62,8

Табл. 3. Средний обменный курс валют, 2007-2018 гг.

Справочно:	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Руб./долл.	25,58	24,86	31,72	30,37	29,39	31,09	31,85	38,42	60,96	67,03	58,35	62,71
Юаней/долл.	0,13	0,14	0,15	0,15	0,15	0,16	0,16	0,16	0,16	0,15	0,15	0,15

Выполненные расчеты показали, что за последние 10 лет произошли заметные изменения в позициях нефтегазовых компаний. В 2008 г. лидерство принадлежало ExxonMobil, за ней (в порядке снижения величины искомого показателя) располагались ПАО «Газпром», PetroChina, ПАО «ЛУКОЙЛ», British Petroleum, ПАО «НК» Роснефть» и Sinopec Group. В 2018 г. первенство перешло ПАО «Газпром», вторую строчку заняла ExxonMobil, затем расположились ПАО «НК» Роснефть», PetroChina, Sinopec Group, ПАО «ЛУКОЙЛ» и British Petroleum. Однако о наличии устойчивости более объективно можно судить не по величине добавленной стоимости, а по ее позитивной динамике. Здесь все без исключения нефтегазовые компании продемонстрировали низкую устойчивость к волатильности внешней среды 2008-2009 гг. и 2014-2015 гг. При этом наиболее эффективно отреагировали на нестабильность 2008-2009 гг. ПАО «Газпром», ПАО «НК» Роснефть», PetroChina, Sinopec Group и ExxonMobil, обеспечив уже к 2010 г. позитивный тренд добавленной стоимости. Восстановление после нестабильности 2014-2015 гг. происходило значительно медленнее.

В целом, сделанные расчеты подтверждают необходимость повышения «запаса устойчивости» нефтегазовых компаний. Этот запас можно формировать за счет роста гармоничности и целостности цепочек приращения добавленной стоимости игроков энергетического рынка. Их гармоничность может достигаться за счет соразмерного, упорядоченного функционирования таких сфер, как геологоразведка, добыча, переработка и сбыт. В то же время цепочки приращения добавленной стоимости нефтегазовых компаний должны быть целостными. Это возможно при условии, что будет создан завершенный производственно-сбытового цикл, состоящий из активов в сферах геологоразведки, добычи нефтегазовых ресурсов, нефтепереработки и нефтегазохимии, коммерции и логистики.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Варнавский, В. Г. Международная торговля в категориях добавленной стоимости : вопросы методологии. – Текст : непосредственный / В. Г. Варнавский // Международная экономика и международные отношения. – 2018. – № 1. – С. 5-15.
2. Лагранж, Ж. Аналитическая механика : в 2 т. / Ж. Лагранж; пер. с фр. – Москва; Ленинград : Гос. изд-во технико-теоретической лит-ры, 1950. – Т. 1. – 594 с. – Текст : непосредственный.
3. ПАО «Газпром» : [сайт]. – URL : <https://www.gazprom.ru/investors/disclosure/reports>. – Текст : электронный.

4. ПАО «ЛУКОЙЛ» : [сайт]. – URL : [https://lukoil.ru/Investor AndShareholderCenter/ReportsAndPresentations/FinancialReports](https://lukoil.ru/InvestorAndShareholderCenter/ReportsAndPresentations/FinancialReports). – Текст : электронный.

5. ПАО «НК» Роснефть». : [сайт]. – URL : <https://www.rosneft.ru/Investors/information/>. – Текст : электронный.

6. Плетнев, Д. А. Добавленная стоимость корпораций : теория и российская практика / Д. А. Плетнев. – Текст : непосредственный // Журнал экономической теории. – 2013. – № 3. – С. 131-146.

7. Сербиновский, Б. Ю. Теория и методы диагностики производственных систем / Б. Ю. Сербиновский. – Новочеркасск : ЮРГТУ, 2000. – 158 с. – Текст : непосредственный.

8. Чернавский, Д. С. Синергетика и информация (динамическая теория информации) / Д. С. Чернавский. – Москва : Едиториал УРСС, 2004. – 288 с. – Текст : непосредственный.

9. Шеннон, Р. Имитационное моделирование систем – искусство и наука / Р. Шеннон. – Москва : Мир, 1978. – 418 с. – Текст : непосредственный.

10. British Petroleum. – [Website]. – URL : <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/313807/000162828020003753/a31122019bp20fdoc.htm>. – Text : electronic.

11. ExxonMobil. – [Website]. – URL : <https://www.sec.gov/ix?doc=/Archives/edgar/data/34088/000003408820000016/xom10k2019.htm>. – Text : electronic.

12. PetroChina. – [Website]. – URL : http://www.cnpc.com.cn/en/ar2018/AnnualReport_list.shtml. – Text : electronic.

13. Sinopec Group. – [Website]. – URL : https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1123658/000110465920045548/a19-28355_120f.htm. – Text : electronic.

SUSTAINABILITY OF OIL AND GAS COMPANIES IN TERMS OF VALUE ADDED THEORY

Author: Efimenko A.V., efimenko_anna_2000@mail.ru

Abstract. The article deals with theoretical and applied issues of assessing the stability of oil and gas companies from the standpoint of the theory of added value. Based on the calculations of the value added and dynamics of the world's leading oil and gas companies, their low ability to ensure the growth of key indicators in conditions of high volatility is shown. The ways of increasing the stability of oil and gas companies due to the components of the value-added chain are determined.

Keywords: volatility, stability, oil and gas companies, value added, value chain of oil and gas companies.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ETF, ТОРГУЕМЫХ НА МОСКОВСКОЙ БИРЖЕ ФОНДОВ, ПЕРСПЕКТИВА ИХ РАЗВИТИЯ

Жданов Н.В., студент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотация: В статье рассмотрены ETF, торгуемые на Московской Бирже Фондов. Рассмотрена ситуация, сложившаяся на рынке ценных бумаг, ее причины и перспективы дальнейшего развития. Произведено сравнение российских и зарубежных ETF.

Ключевые слова: фондовый рынок; фондовые биржи; Московская Биржа; биржевые системы; публичное право.

В последние несколько лет происходит динамичное развитие биржевых фондов на иностранных финансовых рынках. И свою популярность набирают ETF. Глобальные рынки акций остаются привлекательнее с точки зрения доходности, чем российский рынок, несмотря на относительно недавнее появление биржевого фонда по российскому праву (БПИФ, российский "ETF"). Биржевые фонды обладают целым рядом преимуществ перед традиционными открытыми и закрытыми ПИФаами по причине торговой гибкости, минимизации транзакционных издержек и эффективного налогообложения. Кроме того, ETF дает новые возможности для инвесторов: позволила разместить свои средства в биржевые фонды, копирующие динамику доходности большинства промышленных секторов разнообразных стран. По этой причине ETF приобрели значительную популярность на американском рынке и в настоящее время управляющие компании предлагают инвесторам большое многообразие биржевых фондов, которые открыли доступ обычному инвестору к новым инвестиционным возможностям [4].

Биржевые инвестиционные фонды представляют собой уникальный инструмент для инвестирования, так как одновременно совмещают низкий порог входа и высокий уровень диверсификации. За счет объединения капитала своих клиентов перед фондом открывается более широкий спектр возможностей по сравнению с частными инвесторами. Фонд инвестирует в ценные бумаги, которые формируют индекс. Инвестиционный портфель, составленный по индексу, обладает отличным балансом риска и доходности. Инвестор, покупая долю в инвестиционном фонде, приобретает пропорциональную долю в индексе и все сопутствующие преимущества [2].

Первый торгуемый биржевой фонд (ETF) появился в 1990 г. на фондовой бирже Торонто. Спустя 25 лет и этот инструмент смог занять свое место в финансовом мире: по данным Bloomberg в мире более 6000 биржевых фондов с управляемым капиталом более 6 трлн. долларов. В России бирже-

вые фонды, как российские, так и иностранные, зарекомендовали себя как инструменты, которые пользуются большим спросом инвесторов. На начало 2020 года на Московской Бирже торгуются 32 Биржевых Фонда, 15 из которых являются БПИФ (Российский «ETF»). Одним из наиболее актуальных Биржевых Фондов является фондовый рынок Казахстана (FXKZ), который за период 31 декабря 2015 года по 15 октября 2019 года показал доходность +235%. Таким быстрым темпам роста есть несть несколько объяснений: Во-первых, значительное место в ВВП Казахстана занимает нефтегазовый сектор. В последние годы нефтедобыча в Казахстане постоянно растет, и аналитики прогнозируют дальнейшее увеличение объемов добычи за счет расширения проектов на месторождениях Тенгиз, Кашаган, Карачаганак. Прогноз по добыче к 2022 году: 100 млн. тонн в год. Во-вторых, золотовалютные резервы. Казахстаном была выбрана стратегия наращивания золотовалютных резервов, которые обеспечивают дополнительную стабильность экономике. За 10 лет резервы выросли в 2 раза [1, с.54].

В-третьих, правильно и тщательно подобран пакет данного фонда (Рис. 1).

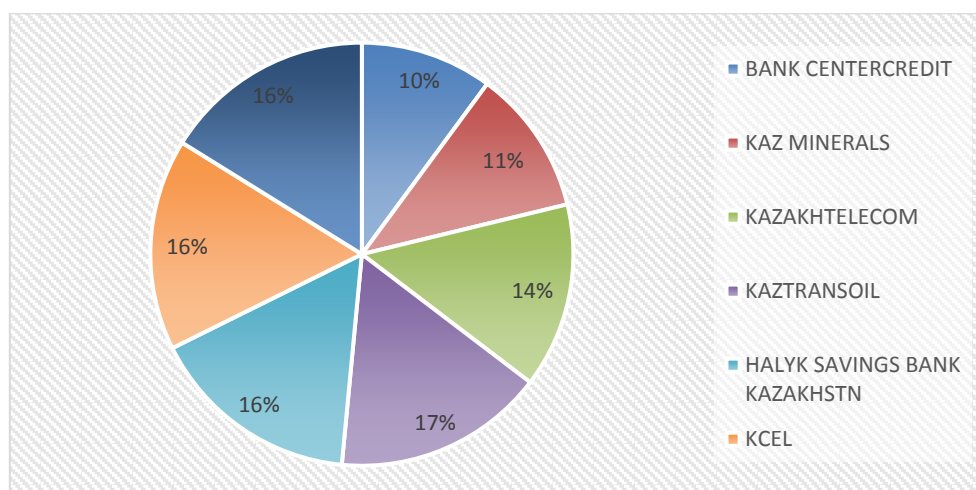


Рис. 1. Структура портфеля FXKZ

Следующий биржевой индексный фонд – FXCN – портфель китайских акций. В данном фонде содержатся крупнейшие компании в секторе информационных технологий и финансов, такие как: Tencent, China Construction Bank, Baidu, Bank of China. Многие исследовательские компании предвещают высокий рост на 7,5% в среднем за 10 лет. На 29 декабря 2019 г. данный фонд является лидером по доходности среди всех БПИФов торгуемых на Московской бирже фондов. За год стоимость акций этого фонда выросла в рублях на 43,2% и на 52,4% в долларах США. В 2019 году китайский фондовый рынок просел на величину порядка 30%. Это обусловлено, в первую очередь, продолжением внешнеторгового конфликта между США и КНР. Ответственное хранение активов обеспечивает Bank of New

York Mellon. В соответствии с европейским регулированием Кастодиан (Bank of New York Mellon) отвечает своим имуществом за сохранность активов Фонда [3]. Тем не менее, в этом году инвестиционное сообщество изменило вектор по отношению к развивающимся рынкам, и за период с начала 2020 года индекс MSCI China нарастил уже 16% (Рис. 2).



Рис. 2. График акций FXCN

Еще одним из самых популярных не только на Московской Бирже, но и на других мировых биржах, считается биржевой индексный фонд – FXUS. Он является самым простым инструментом инвестирования в крупнейшие компании Америки разом: в него входит около 85% фондового рынка США, включает в себя более 600 ценных бумаг. Учитывая, что американские корпорации получают доходы со всего мира – вложения в индекс MSCI USA считается ставкой на рост мировой экономики [3]. Крупнейшие компании в составе фонда, о которых мы слышим каждый день и пользуемся их продукцией (Табл. 1).

Табл. 1. 10 крупнейших составляющих индекса FXUS

Эмитент	Валюта	Вес
APPLE	USD	3.69%
MICROSOFT CORP	USD	3.47%
AMAZON.COM	USD	2.98%
FACEBOOK A	USD	1.61%
ALPHABET C	USD	1.54%
JOHNSON & JOHNSON	USD	1.49%
ALPHABET A	USD	1.47%
EXXON MOBIL CORP	USD	1.39%
JPMORGAN CHASE & CO	USD	1.35%
VISA A	USD	1.1%

Таким образом, можно отметить, что активное развитие мирового рынка биржевых инвестиционных фондов во многом связано с интересом инвесторов из разных стран к инструментам БФ, которые в свою очередь обладают рядом преимуществ. Они их отличают от финансовых продуктов других институтов коллективных инвестиций. При инвестировании в ETF становится доступно достаточно эффективное управление, так как приобретается сразу готовый портфель, соответствующий определенному индексу, а не отдельные бумаги, из которых еще нужно необходимо сформировать идеальную структуру желаемого портфеля.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Болвачев, А. Паевые инвестиционные фонды в России: проблемы и перспективы / А. Болвачев. – Текст : непосредственный // Вестник Международного института экономики и права. – 2011. – № 2. – С. 53-56.

2. Инвестиции без границ. Как получить доступ к иностранным биржам из России. – URL : <https://www.forbes.ru/finansy-i-investicii/357651-investicii-bez-granic-kak-poluchit-dostup-k-inostrannym-birzham-iz>. – Текст : электронный.

3. Инвестиции, Тинькофф-Журнал. – [URL : <https://journal.tinkoff.ru/tag/investitsii/>]. – Текст : электронный.

4. Стоит ли вкладывать в фонд FXUS? – URL : <https://journal.tinkoff.ru/ask/passive-investing/>. – Текст : электронный.

Научный руководитель: Сокрутенко О.С. ст. преп., ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк.

ECONOMIC FEATURES OF ETFs TRADED ON THE MOSCOW FUND EXCHANGE, PROSPECTS FOR THEIR DEVELOPMENT

Author: Zhdanov N.V., student, vbr_ru@mail.ru.

Research supervisor: Socrutenko O.S. sen. Teacher of department International Economics, State University "Donetsk National University" Donetsk.

Abstract: ETFs traded on the Moscow Funds Exchange are considered in the article. The situation on the securities market, its reasons and prospects for further development are considered. A comparison of Russian and foreign ETFs has been made.

Keywords: Stock market; stock exchanges; Moscow Exchange; exchange systems; publicly-legal.

НЕЙРОМАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Зашиит А., магистрант

Almaty Management University, Республика Казахстан, г. Алматы

Аннотация: Данная статья представляет собой теоретическое исследование, посвященное изучению концепции нейромаркетинга. Рассмотрена специфика использования нейромаркетинга в сфере образования.

Ключевые слова: нейромаркетинг, образование, маркетинговые технологии, Интернет.

Сущность и экономическая природа образования рассматривается и характеризуется разнообразием взглядов, что в конечном итоге приводит к разработке множества концепций и методов управления системой образования. Современный маркетинг как отмечают зарубежные, и отечественные исследователи является устоявшейся системой теории и методологии, и в ближайшие десятилетия на прикладных аспектах будут сосредоточены основные направления развития его концепции. Для науки менеджмента и для решения самых разнообразных проблем в жизни общества и государства представляет интерес появление новых видов маркетинга, разработка прикладных идей, то есть дальнейшее расширение методологии маркетинга.

От креативных решений все меньше зависит эффективность современных маркетинговых технологий; все чаще исследователь сталкивается с ситуацией, когда подходы разработанные годами практически исчерпывают себя, так как для каждого вида маркетинговой деятельности, необходимы новые подходы и инструменты. Постоянным является развитие новых маркетинговых инструментов, а также их создание, и дальнейшее развитие маркетинга требует, с одной стороны, разработки и применения все более совершенных технологических инструментов, а с другой – высокого профессионализма специалистов, что способствует увеличению маркетинговых расходов [6, с.54].

На данный момент нейромаркетинг в образовании претендует на роль новой технологии обновления маркетинговых инструментов, который поможет оптимально спланировать цену и местоположение товара, наладить процесс общения с потребителями, более точно позиционировать товары и услуги при правильном использовании результатов нейронных исследований. На наш взгляд, в последнее время значительно расширилась проблема маркетинга образовательных услуг. Если 15-25 лет назад «типичные» маркетинговые проблемы включали функциональные аспекты маркетинга в образовании – разработка и реализация маркетинговой стратегии, сегментация, выбора рынка, оценка и прогнозирование размера

рынка, анализ и адаптация образовательной организации к окружающей среде, процесс планирования маркетинга, то современные студенты сильно отличается от тех студентов, которые ранее сидели в аудитории.

Новое поколение с раннего возраста осваивает новые технологии, что становится поводом для формирования и постоянного обновления содержания образовательных услуг, поиска новых путей маркетинговой деятельности образовательной организации, обновления методов реализации образовательного процесса организация деятельности преподавательского состава, планирования и реализации ассортимента внутренних и внешние коммуникации, освоения коммуникационных устройств. Даже самый дисциплинированный студент во время учебных занятий может общаться в социальных сетях, искать ответы в телефоне или дать смотреть фильм.

Сложность студенческого контингента, доступность информации в Интернете, отрицательное отношение к образовательному процессу и профессорско-преподавательскому составу – все это многогранные требующие решения проблемы. Преподавателям в современных условиях становится все труднее привлекать внимание учащихся и организовывать учебный процесс. Кроме того, изменились содержательные и организационные аспекты образовательного процесса, когда бесспорным авторитетом больше не является учитель, и его высказывания не воспринимаются как окончательная истина студентами.

Существует большое количество зарубежных публикаций в настоящее время, касающихся проблем применения нейромаркетинга в образовании. Как новая концепция нейромаркетинг занимает свое место постепенно в общей теории маркетинга, и особым для решения проблем образования является использование нейробиологических методов [1, с.36]. Опираясь на анализ современных источников, посвященных проблемам нейромаркетинга и нейрообразования, можно отметить, что несколькими путями происходит процесс проникновения нейробиологии в образование: с одной стороны, через маркетинговую составляющую деятельности образовательной организации, с другой стороны, посредством пересмотра педагогической практики и нейронных исследований в области образования, так как повышению эффективности маркетинговой структуры образовательной организации способствуют именно достижения нейронауки. В настоящее время не существует единого понимания того, что такое нейромаркетинг, поэтому необходимо рассмотреть несколько различных подходов, данных определению «нейромаркетинга» в образовании.

Инструментальный подход. Нейромаркетинг – это использование нейробиологических технологий сканирования мозга для объективной оценки подлинных реакций потенциального потребителя на различные маркетинговые материалы – аудиореклама, бренд, визуальная реклама, деловой стиль. В данном случае нейромаркетинг представлен здесь как способ изучения бессознательной реакции потребителей.

Клиентоориентированный подход. Нейромаркетинг – это основанное на понимании основополагающих функциональных механизмов нервной системы управление потребительскими отношениями, включающее в себя широкий спектр возможных изменений. Так, например, разделить на две категории можно условно сами подходы нейромаркетинга: инструментальный (жесткий) и мягкий нейромаркетинг. На сегодняшний день мягкий нейромаркетинг включает в себя знания, полученные из психологии и психофизиологии и их активное использование, использующийся в разработке рекламных материалов, в соответствии с различными моделями при построении брендов, коммуникационное планирование, участие психологов [7, с.78].

С разработкой и обоснованием маркетинговых инструментов связан инструментальный нейромаркетинг, который базируется на психофизиологических исследовательских процедурах и на нейробиологических – с использованием нейро- и психофизиологических методов исследования изучение мотивации потребителя и эмоциональных реакций. В этом определении нейромаркетинг действует как способ улучшения отношений с клиентами, при помощи определенных реакций мозга, воздействующих на стимулы маркетинговых коммуникаций.

Стимулирующий подход. Нейромаркетингом называется технология, направленная на стимулирование потребительского спроса, при помощи тех паттернов человеческой психики, которые, как правило, даже и не предполагаются им в собственном поведении, силу специфичности подобного знания не осознаются самим клиентом. В данном случае нейромаркетинг здесь представляется как комплекс мотивации потребителей к определенным действиям.

С помощью нейромаркетинга можно измерить несколько показателей коммерческой эффективности. Это эмоциональная вовлеченность, удержание памяти, намерение купить, новизна, осознанность и внимание. Мы принимаем решения, основываясь на наших эмоциях. Уровень эмоциональной вовлеченности вызван уровнем эмоционального возбуждения. Чем интенсивнее воспринимается переживание, тем выше уровень нашей эмоциональной вовлеченности. Это только один точный показатель того, как мы реагируем на определенные маркетинговые стимулы, и он также может помочь предсказать принятие решения о покупке. Уровень кодирования маркетинговых стимулов может влиять на момент, когда мы принимаем решение о покупке определенного продукта [3, с.25].

Этот процесс был интенсивно изучен, и на него можно указать, измеряя мозговые волны во время предъявления стимулов. Паттерн мозговых волн может указывать на успешность запоминания этого конкретного стимула. Высокий уровень эмоциональной вовлеченности и высокий уровень активации процесса кодирования могут предсказать намерение покупки. Намерение покупки возникает в результате эффективности маркетингового стимула, который оказался достаточно убедительным, чтобы

породить это намерение. Инновационный уровень маркетингового стимула может обеспечить успех рекламной кампании. Инновация способна повысить привлекательность маркетингового стимула, тем самым способствуя принятию решения о покупке. Четкая формулировка и хорошее понимание сообщения могут предсказать успех или эффективность рекламного ролика. Способность к удержанию возрастет, как только будет задействован механизм внимания и эмоций.

В настоящее время нейромаркетинг в образовании предоставляет информацию, которую невозможно получить с помощью классического маркетинга. Наиболее очевидное преимущество методов нейровизуализации связано с тем, что эти методы, которые собирают количественные данные, могут также использоваться перед запуском нового продукта, тем самым увеличивая шансы на успех для этого конкретного запуска. Классические маркетинговые методы, такие как фокус-группы, опросники предпочтений, методы имитационного выбора и рыночные тесты – это методы сбора качественных, субъективных данных, которые не обладают такой же степенью точности в отношении процесса принятия решений, как нейромаркетинг [6, с.63].

В организации образовательного процесса можно выделить следующие области использования нейромаркетинга:

– Создание дидактических материалов, с использованием инновационных технологий: электронные книги, обучающие сайты и курсы, при создании презентаций и мультимедиа – использование оригинальных цветов и шрифтов, т.к. общеизвестно, что на мышление и поведение первой обычно влияет система эмоций. Эмоциональный центр мозга в десятки тысяч раз быстрее реагирует, чем неокортекс – месторасположение сознательных процессов, включающих в себя принятие решений, мышление, планирование и т.д. Это утверждение также подтверждается тем фактом, что от лимбической системы к неокортексу проходит гораздо больше нервных путей (сложное накопление структур мозга), чем, наоборот, от неокортекса к лимбической системе. Следовательно, на восприятие образа человека или предмета, первостепенное влияние оказывает роль эмоций, в том числе дидактических материалов, содержания инструкций, и т.д.

– Использование результатов нейробиологических исследований на рынке образовательных услуг в маркетинговой деятельности университета. В любой сфере маркетинг связан с управлением процесса общения и взаимоотношениями между потребителями и производителями, поэтому в сфере образования он не ограничивается профессионализмом преподавателей, их квалификацией. С точки зрения маркетинга, одинаково важны стиль общения со студентами, их поведение во внеурочное время, их родителями и другими группами клиентов [2, с.47].

Подытоживая вышесказанное, можно утверждать, что с помощью нейромаркетинга легко понять основы механизма принятия решений, та-

ким образом, получить доступ к более высокому уровню знаний о поведении потребителя. Они станут основой для понимания того, как потребители реагируют на различные маркетинговые стимулы. Этот подход будет трудным, учитывая контекст, в соответствии с тем, как он представлен в специализированной литературе, в соответствии с которым процесс принятия решений может активировать различные области коры головного мозга. Нейромаркетинг в образовании является относительно молодым направлением маркетинга, развивающимся с развитием технологий, поэтому роль нейромаркетинга в учебном процессе будет увеличиваться, так как усложняется образовательный процесс, увеличивается конкуренция на рынке образовательных услуг, появляется доступная информация, адаптированная на практике о нейробиологических исследованиях и нейромаркетинге. Наиболее популярными инструментами нейромаркетинга в образовании является использование музыкального сопровождения, ароматерапии и музыкального сопровождения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Архипова Н.А. Продвижение продуктов ЗАО «Торговый дом "Талина"» на основании инструментов нейромаркетинга / Н. А. Архипова, А. Е. Солдатова. – Текст : электронный // Системное управление. – 2012. – № 2 (15). – 14 с. – URL : <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23031740>.
2. Гашенина, А. И. Обзор современных технологий нейромаркетинга и их практическое применение / А. И. Гашенина. – Текст : непосредственный // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2015. – № 5. – С. 328-337.
3. Дули, Р. НейроМаркетинг : Как влиять на подсознание потребителя / Р. Дули. – Минск : Попурри, 2017. – 336 с. – Текст : непосредственный.
4. Линдстром, М. Buyology : увлекательное путешествие в мозг современного потребителя / М. Линдстром. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2016. – 240 с. – Текст : непосредственный.
5. Нейромаркетинг для образования // О современной экспериментальной психологии и не только. – URL : <http://mindware.ru/blog/?p=3000> (дата обращения: 20.04.2020). – Текст : электронный.
6. Miles, J. The application of Neuromarketing in the specialist subject of Business and Marketing / J. Miles. – Text : electronic // Academia. – URL : [https://www.academia.edu/12458599/ Neuromarketing__The_Application_ into_Further_and_Higher_Education](https://www.academia.edu/12458599/Neuromarketing__The_Application_into_Further_and_Higher_Education) (date of the application 20.04.2020).
7. Morin, C. Neuromarketing : The New Science of Consumer Behavior. Consumer Culture in Global Perspective / C. Morin. – Direct text // Journal of Consumer Psychology. – 2017. – No 48 (4). – P. 131-135.

Научный руководитель: Казыбаева А.М., PhD, доцент, Almaty Management University.

NEUROMARKETING IN EDUCATION

Author: Zashit Aibar, undergraduate, aibar.zashit@gmail.com.

Research supervisor: Kazybaeva A.M., PhD in Marketing, docent of Almaty Management University.

Abstract: This article is a theoretical study on the concept of neuromarketing. The specifics of the use of neuromarketing are considered in the field of education.

Keywords: neuromarketing, education, marketing technologies, the Internet.

УДК 55.042

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ РЫНКИ ПРОДУКЦИИ БИОХАКИНГА

Зорин Н.А., студент

ФГБОУ ВО «Череповецкий государственный университет», г. Череповец

Аннотация: В 2018 году рынок устройств для мониторинга здоровья оценивался в 9,1 млрд. долл. Сегмент устройств для спорта и фитнеса оценивался в 3,9 млрд. долл. и составлял 43% рынка устройств для мониторинга здоровья. Ожидается, что к 2025 году мировой доход рынка фитнес-трекеров и умных часов превысит 87 млрд. долл. Данный рынок активно развивается. В данной работе рассматриваются основные группы потребителей данной продукции, а также их «боли» и причины использования/не использования данной продукции.

Ключевые слова: потребители, биохакинг, потребительские рынки, умные часы, боли потребителей, спорт и фитнес.

Биохакинг – система контроля за здоровьем, которая основывается на определении ваших жизненных показателей. Термин «биохакинг» относительно молодой и был введен в обиход всего около 10 лет назад. Однако в том или ином виде люди занимались биохакингом большую часть своей жизни, поскольку к этому направлению можно отнести любые средства, оказывающие влияние на наше состояние, как физическое, так и ментальное. В 2018 г. рынок устройств для мониторинга здоровья оценивался в 9,1 млрд. долл. Сегмент устройств для спорта и фитнеса оценивался в 3,9 млрд. долл. и составлял 43% рынка устройств для мониторинга здоровья. Ожидается, что к 2025 г. мировой доход рынка фитнес-трекеров и умных часов превысит 87 млрд. долл. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что данный рынок только начинает своё развитие. Ответы на вопросы: «почему он так быстро развивается?» и «С чем это связано?», мы получим после того, как определим основных потребителей данной продукции.

Рынок сбора и анализа данных о функциональном состоянии организма здоровых людей можно разделить на 2 больших сегмента: рынок гаджетов и рынок мобильных приложений. В рынок гаджетов входят устройства, которые в большинстве случаев имеют синхронизирующийся с ними мобильные приложения. В рынок мобильных приложений входят обособленные мобильные приложения, которые синхронизируются с различными устройствами для сбора и анализа информации о функциональном состоянии организма. В 2018 г. рынок устройств для мониторинга здоровья оценивался в 9,1 млрд. долл. Сегмент устройств для спорта и фитнеса оценивался в 3,9 млрд. долл. и составлял 43% рынка устройств для мониторинга здоровья [2]. Ожидается, что к 2025 г. мировой доход рынка фитнес-трекеров и умных часов превысит 87 млрд. долл.

Растущий спрос на беспроводные спортивные и фитнес-устройства движет рынком. В настоящее время использование умных часов среди велосипедистов, бегунов, спортсменов, пловцов и спортсменов быстро растет благодаря их широкому спектру возможностей мониторинга. Беспроводная синхронизация этих часов со смартфонами позволяет пользователям управлять музыкой, уведомлениями, сигналами тревоги, автоматическим сном и другими функциями, которые стимулируют рост рынка.

Согласно исследованию International Data Corporation (IDC) Worldwide Quarterly Wearable Device Tracker, в 4 квартале 2018 г. по сравнению с 2017 г., объем реализации умных часов вырос на 55,2% и составил 34,3% от общего рынка носимой электроники. Носимые браслеты занимают 30% рынка, другие умные устройства в сегменте мониторинга здоровья – 21,9% рынка, показав рост на 66,4% по сравнению с 4 кварталом 2017 г.

Распределение по странам выглядит следующим образом. Согласно данному распределению, в Китае почти половина населения пользуется устройствами для мониторинга здоровья. В то же время в Мексике, Аргентине, России, Южной Корее количество людей, использующих устройства для мониторинга состояния здоровья меньше, чем количество людей, которые ранее использовали устройства для мониторинга здоровья.

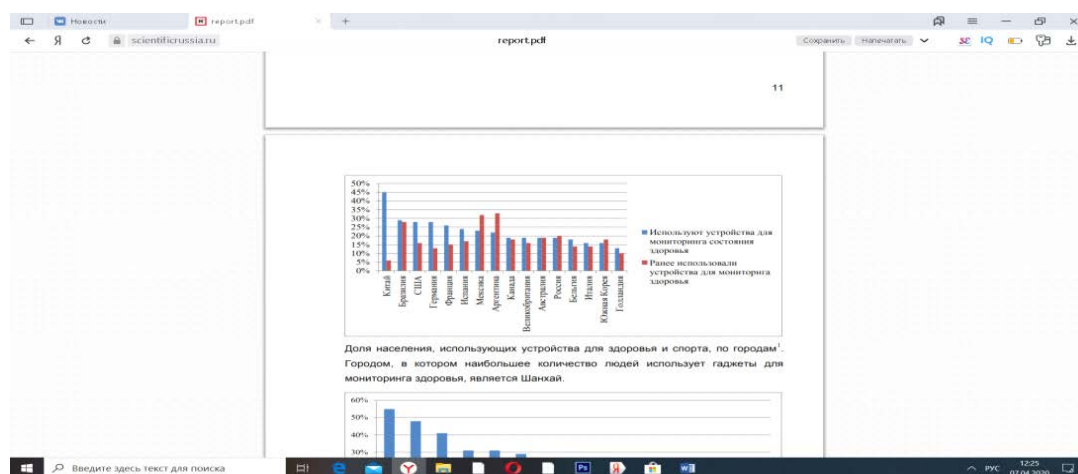


Рис. 1. Доля населения, использующего устройства для здоровья и спорта, по странам

Производителям пока не удастся найти эффективных способов вовлечение потребителей в активное использование рассматриваемых устройств. Значительная часть потребителей теряет интерес к ним после нескольких месяцев использования, что останавливает их от дальнейших покупок схожих устройств и служит «охлаждающим» фактором для других потенциальных покупателей. Недавние опросы показали, что 32% пользователей перестают носить эти устройства через шесть месяцев, а 50% – через год [3].

В настоящее время носимые изделия чаще покупают люди, которые уже ведут здоровый образ жизни и хотят количественно оценить свой прогресс. Согласно исследованию Business Insider Intelligence, более 80% потребителей готовы носить фитнес-трекеры. Согласно опросу Morning Consult, в котором приняли участие 2202 взрослых американца, 27% взрослых в настоящее время владеют и используют носимые устройства для мониторинга частоты сердечных сокращений, артериального давления, физической активности и другие жизненно важные показатели, 34% взрослых пользуются мобильными приложениями для здоровья – в основном для мониторинга частоты пульса и физических упражнений. Описание людей, следящих за своим здоровьем: пользователи приложений, как правило, богаче, зарабатывающие не менее 100 000 долларов в год, на 18 процентных пунктов чаще используют приложения здравоохранения, чем те, которые зарабатывают менее 50 000 долларов (от 45 до 27 процентов). И использование растет среди людей, имеющих хотя бы высшее образование.

В проведенном исследовании 2016 г. также изучались причины мониторинга состояния здоровья:

- поддерживать или улучшать свою физическую форму – 55%;
- мотивировать себя на занятия упражнениями – 50%;
- стать энергичнее – 35%;
- мотивировать себя на здоровое питание – 34%;
- улучшить сон – 29%;
- это часть моего режима дня – 29%;
- сбросить вес – 29%;
- стать продуктивнее – 24%;
- потому что интересно – 22%;
- следить за конкретным заболеванием – 17%;
- тренироваться для какого-либо спортивного мероприятия – 14%;
- соревноваться с другими – 8%;
- по другой причине – 2%;
- не уверен – 1% [4].

Данный опрос проводился в 16 странах мира, использующих в настоящее время гаджеты или приложения для мониторинга физической активности; было разрешено выбирать несколько ответов. Согласно результатам международного исследования, Ipsos 2018 г., 11% населения в России используют устройства для контроля за здоровьем. Однако попробовавших носимые устройства больше, чем тех, кто продолжает ими пользоваться [1].

Исследование Gfk, в России показало, что 21% женщин и 17% мужчин отслеживают свою активность с помощью гаджетов и приложений. Самыми активными группами являются люди в возрасте 15-19 и 50-59 лет, в каждой из них количество активных пользователей гаджетов и приложений достигает почти четверти опрошенных [4].

Несмотря на многие преимущества, исходя из рисунка, мы видим, что в некоторых странах количество людей, которое ранее использовало устройства для мониторинга здоровья, превышает количество людей, которые используют данные устройства сейчас.

Для того чтобы умные устройства приобретали всё большую популярность, а следовательно, пользовались спросом на рынке, необходимо особое внимание уделять «болям» покупателей. Они представлены на рисунке 2.



Рис. 2. Страхи покупателей умных гаджетов [6]

В связи с ростом внедрения продукции IoT в отрасли здравоохранения, ожидается, что к 2024 г. данный рынок достигнет \$170,3 млрд. Растущая доступность услуг и поставщиков облегчит доступ населения к более сложным устройствам, а также поспособствует расширению ассортимента продуктов, ориентированных непосредственно на удовлетворение запросов сферы здравоохранения. Ожидается, что ежегодный рост выручки останется стабильным, составляя в среднем более 10% [7].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Врачи и нейросети : почему бизнес инвестирует в цифровую медицину. – URL : <https://www.rbc.ru/trends/innovation/5d67b71c9a7947c554b0c38d>. – Текст : электронный.
2. Исследование рынка и технологических трендов по направлению «Спорт и здоровье». – URL : <https://scientificrussia.ru/data/shared/matveeva/report.pdf>. – Текст : электронный.
3. Леджер, Д., Партнеры, Е., Ученый, Б., Менеджер, П. Внутри носимых вещей. Как меняется наука о поведении человека. Endeavour Partners; 2014. – URL : <http://endeavourpartners.net/white-papers/>. – Текст : электронный

4. Онлайн-опрос GfK среди 4900 Интернет-пользователей. – URL : <https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/tret-mirovykh-potrebitelei-ispolzuj-ut-gadzhetny-i-prilozhenija-dlja-monitoringa-svoego-zdorovja/>.– Текст : электронный
5. Global Market Insights. – URL : <https://www.sciencetimes.com/articles/24143/20191024/medical-devices-wearable-devices.htm>.– Text : electronic.
6. Wearable and App Users Tracking Health Tech's Next Step. – URL : <https://morningconsult.com/2019/01/08/wearable-and-app-users-tracking-health-techs-next-step/>. – Text : electronic.
7. What is Wellness? – URL : <https://shcs.ucdavis.edu/wellness/what-is-wellness>. – Text : electronic.

Научный руководитель: Крылова Н.П., канд. пед. наук, доцент, Череповецкий государственный университет, г. Череповец.

CONSUMER MARKETS FOR BIOHACKING PRODUCTS

Author: Zorin N.A., student, zorin2510@inbox.ru.

Research supervisor: Krylova N. P., candidate of pedagogical Sciences, associate Professor, Cherepovets state University, Cherepovets.

Abstract: In 2018, the market for health monitoring devices was estimated at \$ 9.1 billion. The segment of devices for sports and fitness was estimated at \$ 3.9 billion. and accounted for 43% of the market for health monitoring devices. The global market for fitness trackers and smartwatches is expected to exceed \$ 87 billion by 2025. This market is actively developing. This paper examines the main groups of consumers of this product, as well as their "pain" and reasons for using/not using this product.

Keywords: consumers, biohacking, consumer markets, smart watches, consumer pain, sports and fitness.

УДК 658.8

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

Калматаева Д.С., студент

Almaty Management University, Республика Казахстан, г. Алматы

Аннотация: Реклама медицинских услуг в настоящее время стала важной составляющей в успешной деятельности частных медицинских центров. Следует отметить и важный экономический аспект медицинской рекламы. Во-первых, реклама информирует потенциальных пациентов, помогая в выборе нужной ему услуги, во-вторых, успешная реклама увеличивает спрос на оказываемые услуги, и в следствии увеличивает при-

быль и маржу предприятию, в-третьих, медиа активность в среде сильной конкуренции способствует улучшению оказания услуг медицинскими центрами потребителю. Однако привлечь внимание потребителя с помощью рекламы – это лишь первый и далеко не решающий шаг.

Ключевые слова: маркетинг, медицинские услуги, здравоохранения, реклама, маркетинговая стратегия, маркетинговые исследования.

Медицина на территории Республики Казахстан, как и в любой стране, нацелена на защиту и поддержку здорового дееспособного состояния граждан страны. Система здравоохранения Казахстана в настоящий момент находится на этапе перехода к рыночным отношениям. В современных условиях развития социально-экономических отношений, ниша здравоохранения может изменяться под воздействием трендов и принимать либеральный характер, наполненный рыночными отношениями. Приобретая такую специфическую сторону развития экономических отношений, может восприниматься как маркетинговая. Главной целью маркетинговых исследований в области медицинских услуг является анализ и получение обширной, достоверной информации, в разработке стратегического плана оказания медицинских услуг в экономических условиях страны, а также в разработке развития рынка и в качественном удовлетворении потребностей спроса в новых созданных услуг на рынке.

Здравоохранение представляет собой одну из жестко регулируемых сфер со стороны государства. Тотальный контроль над сферами, предоставляющими медицинские услуги, включает в себя такие важные вопросы, как ценообразование, вопросы управления, а также попытки государственного бюджетирования здравоохранения за счет национального фонда. Именно последний пункт и является причиной замедленного процесса внедрение современных методов и инструментов управления, в том числе маркетинга [5, с.3].

Первые попытки использования маркетинговых инструментов к деятельности в социальной сфере были предприняты лишь в 90-х годах прошлого столетия. При этом они не носили системного концептуального характера, и в большинстве случаев сводились к применению отдельных маркетинговых элементов в отдельных областях социальной сферы, таких как медицина, рынок труда, сфера образования и др. Это были маркетинговые исследования в области рынка социальных услуг, применялись отдельные маркетинговые технологии в области предложения новых услуг или диверсификации услуг. Это могли быть также отдельные инструменты или модели в области ценообразования на появившиеся платные услуги, либо новые маркетинговые подходы в социальной сфере. В начале 2000-х годов, одними из первых кто попытался реализовать свои мысли об маркетинговых стратегиях в социальной сфере были С. Н. Андреев и Л. Н. Мельниченко, издавшие книгу «Основы некоммерческого маркетинга». В

труде были рассмотрены составляющие маркетинговой деятельности, не имеющие коммерческих целей в различных социальных сферах. На сегодня этого уже недостаточно и необходимо изучать не только некоммерческую, но и коммерческую сторону деятельности. Поскольку некоммерческая составляющая продолжает играть решающую роль в социальной сфере, тем не менее, очевидно, что без коммерческой составляющей в этой сфере невозможно ее дальнейшее развитие. Теоретико-методологической основой рекламной деятельности в социальной сфере является разработанная концепция [2, с.27].

Практика экспертов западных стран демонстрирует востребованность маркетинга медицинских услуг именно в области частной и страховой медицины. Маркетингу медицинских услуг свойственны особые принципы, такие как научно-практическое исследование всех типов рынка здравоохранения; планирование маркетинга; стратегическое планирование; быстрое реагирование на возникший спрос полного спектра медицинских услуг; сегментация рынка.

Используя термин товара из теории маркетинга, необходимо отметить, что услуга, направленная на улучшение медицинского здоровья, также является товаром, удовлетворяя потребность людей в поддержании здоровья, тем самым имея свою ценность на рынке. Исходя из вышеизложенного, можно сопоставить, что маркетинг в здравоохранении имеет совокупность социально-экономических функций, тесно связанных с предоставлением медико-профилактических и лечебных услуг. Тем самым, маркетинг в сфере медицинских услуг — это комплекс мер по созданию стратегических действий согласно разработанному плану управления реализации услуг здравоохранения, ценовой политики в области лечебно-профилактического процесса, продвижение, а также реализации услуг для потребителя [3, с.36].

В маркетинговой деятельности любого предприятия ключевую роль играет верно выбранная и выработанная стратегия. Необходимо отметить, что в современном здравоохранении наиболее привлекательной является стратегия социально-этического направления маркетинга, которая подразумевает под собой ведение лечебно-профилактической деятельности и продажи товаров лечебного и оздоровительного характера для отдельных слоев населения. Также необходимо продумать и включить в коммерческую деятельность мероприятия по снижению цен, предоставление льгот и скидочных акций, благотворительности, спонсорства, лояльности и этической направленности. Основные ключи успеха в реализации маркетинговой компании составляют качественная реализация товара и многоканальность сбыта. Медицинские услуги, выступая в данном контексте как товар, имеет свои стадии жизненного цикла, имея важное значение в маркетинге:

- Стадия введения услуги на рынок.
- Стадия роста потребности.

- Стадия зрелости и насыщения.
- Стадия упадка потребности.

Медицинские центры, предоставляющие услуги, реализуя свои маркетинговые мероприятия, должны учитывать следующие аспекты:

- портрет потребителя (количество, платежеспособность, структура заболеваемости);
- ресурсы медицинского учреждения (оснащенность, состояние кадров, лицензирование услуг, наличие новой техникой, опыт коммерческой деятельности);
- качество, уровень и доступность медицинских услуг (набор услуг, их количество, дополнительные, желательные и обязательные услуги, возможности совершенствования и обновления услуг, их новизна, практический и медицинский эффект и др.);
- доля конкуренция на рынке (количество аналогичных услуг, их качество и эффективность, оснащенность новейшей техникой, профессиональный уровень специалистов и их авторитет в других учреждениях) [5, с.6].

Таким образом, в условиях рыночных отношений маркетинговая деятельность по отношению к услугам медицинско-оздоровительного характера подразумевает создание новых экономических элементов здравоохранения. Основным фактором успеха реализации маркетинговой компании в условиях социальной сферы является правильно адаптированная маркетинговая стратегия, которая включает в себя главным образом проведения анализа рынка и выявления основным проблемных ключей, возникающие на рынке.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Акопян, А. С. Организационно-правовые формы медицинских организаций и платные медицинские услуги в государственных учреждениях здравоохранения / А. С. Акопян. – Текст : непосредственный // Экономика здравоохранения. – 2004. – № 5-6. – С. 10-15.
2. Вялков, А. И. О необходимости внедрения новых экономических моделей в здравоохранении / А. И. Вялков. – Текст : непосредственный // Экономика здравоохранения. – 2001. – № 1. – С. 5-11.
3. Котлер, Ф. Основы маркетинга : учеб. изд-е / Ф. Котлер, А. Гари. – Москва : Вильямс, 2016. – 752 с. – Текст : непосредственный.
4. Лебедев, А. А. Использование маркетинговой философии в деятельности медицинских учреждений государственной системы здравоохранения / А. А. Лебедев. – Текст : непосредственный // Экономика здравоохранения. – 1997. – № 7. – С. 31-37.
5. Смайловская, М. С. Маркетинг в здравоохранении : теоретические аспекты / М. С. Смайловская. – Текст : непосредственный // Маркетинг услуг. – 2005. – № 3. – С. 29-40.

*Научный руководитель: Рахимбекова Ж.С., канд. экон. наук, доцент
Almaty Management University.*

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF MARKETING MEDICAL SERVICES

Author: Kalmatayeva D.S., Student.

Research supervisor: Rakhimbekova Zh.S., PhD in Economics, docent of Almaty Management University.

Abstract: Currently, the promotion of medical services has become an important component in the successful operation of private medical centers. An important economical aspect of medical advertising should also be noted. Firstly, advertising informs potential patients, helping to choose the right service, secondly, successful advertising increases the demand for rendered services and, as a result, it significantly increases profit and margin, services to medical centers to the consumer. However, to attract the attention of the consumer with the help of advertising is only the first and far from decisive step.

Keywords: marketing, medical services, healthcare, advertising, marketing strategy, marketing research.

УДК 55.042

ПОПУЛЯРНЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ДЛЯ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ

Кашкинбаев А.Б., докторант

Almaty Management University, Республика Казахстан, г. Алматы

Аннотация: в статье рассматриваются подходы и методы оценки стоимости нематериальных активов, значение их в деятельности компании, сложности, которые могут возникнуть в процессе оценки нематериальных активов.

Ключевые слова: оценка, нематериальные активы, стоимость, подходы и методы оценки, МСФО, эффективность.

Оценка стоимости активов необходима в основном во время приобретения или же продажи объектов бизнеса. Активы подразделяются на материальные и нематериальные. Во многих случаях показатели экономической выгоды и их возникновение определяются в оценке именно нематериальных активов. Экономические выгоды, которые будут получены от инвестиций в нематериальные активы, также обычно трудно оценить. Подход, основанный на затратах, согласно МСФО (IFRS) 13, отражает сумму, которая потребуется в настоящее время для замены сервисной мощности актива [10, с.15]. Поэтому для получения справедливой стоимости в соответствии с этим подходом требуется оценить затраты на разра-

ботку эквивалентного нематериального актива. Однако, зачастую сложно заранее оценить затраты на разработку нематериального актива. В соответствии с затратным подходом стоимость нематериального актива определяется суммой капитализированных затрат, понесенных при реализации нематериального актива или подлежащих его воспроизведению [9, с.242-245]. Ограничение этого подхода заключается в том, что он не учитывает затраты на техническое обслуживание и альтернативные затраты времени и что он не применяется к активам, способным приносить доход. Основные трудности в применении этого подхода связаны со сложностью определения затрат, понесенных в прошлом, особенно если эти расходы были понесены в течение нескольких лет и не были капитализированы.

Существует два основных подхода, которые подпадают под стоимостный подход: стоимость замены и стоимость воспроизведения. Однако большинство нематериальных активов не имеют физической формы, которую можно воспроизвести и такие активы, как программное обеспечение, которое может быть воспроизведено, обычно получают ценность из своей функции или полезности, а не из точных строк кода. Таким образом, стоимость замещения чаще всего применяется для оценки нематериальных активов. Подход стоимости замещения: он предполагает, что участник рынка будет платить не больше за актив, чем затраты, которые будут понесены, чтобы заменить актив заменой сопоставимой полезности или функциональности [6, с.5]. Этот подход требует оценки восстановительной стоимости нематериального актива, то есть «стоимости строительства в текущих ценах на дату анализа нематериального актива с эквивалентной полезностью для нематериального объекта с использованием современных материалов, стандарты производства, дизайн, верстка и качество изготовления» [2, с.180-185]. Значит далее, стоимость замещения затем корректируется с учетом фактора морального износа относительно нематериального актива.

В основном оценка стоимость нематериальных активах основана на прошлых и будущих экономических выгодах, которые могут быть связаны с нематериальными активами, как с точки зрения лицензионных доходов, так и дополнительных доходов. Доходный подход по существу конвертирует будущие денежные потоки в дисконтированной приведенной стоимости [5, с.2-13]. Расчет может быть похож на расчет стоимости использования. Однако чтобы получить справедливую стоимость, будущий доход должен оцениваться с точки зрения участников рынка, а не предприятия. Следовательно, применение доходного подхода требует понимания того, как участники рынка будут оценивать выгоды, которые будут получены от нематериального актива. В контексте доходных подходов нематериальные активы имеют ценность в той мере, в которой они могут включать в себя конкурентное преимущество в форме многопериодной сверхприбылю. Это чисто оценка доходов, при которой нематериальные активы выступают в качестве основных активов, приносящих доход. Доходные подходы

основаны на оценках будущих экономических выгод, например, за счет дисконтированных денежных потоков. Фактически, доходные подходы также включают в себя финансовую оценку дополнительных денежных потоков или критерий дисконтированных денежных потоков функционально связанных с рыночными подходами, из которых она выводит некоторые параметры для оценки стоимости акционерного капитала и финансовых долгов [4, с.47-49]. Параметр связывания может быть представлен прибылью до вычета расходов по выплате процентов, налогов, износа и начисленной амортизации (ЕВITDA), которая является одновременно экономической и финансовой маржей, представляющей разницу между денежными операционными доходами и затратами [10, с.38]. Популярные подходы по оценке стоимости нематериальных активов указаны на рис. 1.

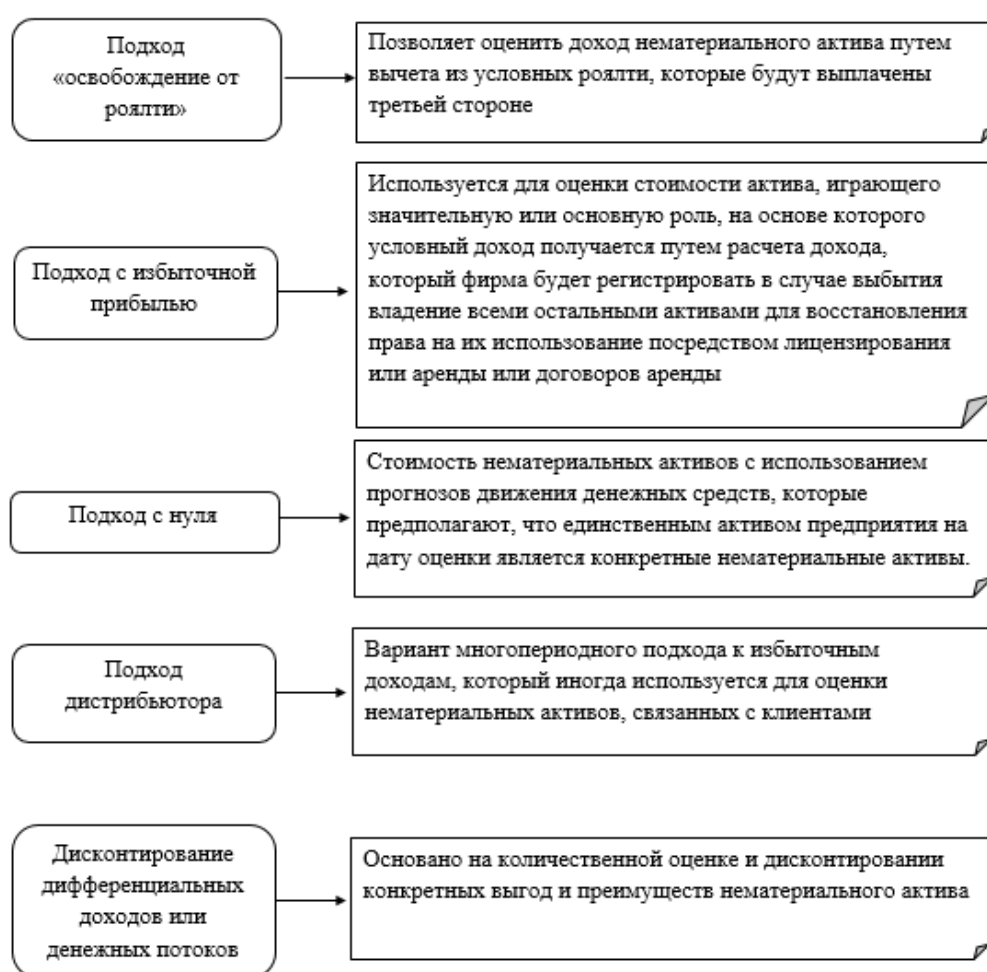


Рис.1. Популярные подходы оценки стоимости нематериальных активов

Многие нематериальные активы не торгуются в связи с трудностями с контрактами, незначительными предельными издержками и нечеткими правами собственности. Уникальные нематериальные активы, например,

как патенты, которые имеют преимущество перед другими внешними активами, они едва ли сопоставимы, что затрудняет основную оценку. Многие нематериальные активы являются контекстно-зависимыми, то есть они могут иметь небольшую ценность или не иметь никакой ценности для покупателя. Для сравнения с аналогичными активами, с точки зрения дохода или дополнительных активов и рыночных мультипликаторов, основным ограничением оценочного подхода касается информационной асимметрии, структурно связанной с секретностью нематериальных активов, что затрудняет поиск информации, необходимой для сравнений. Пакетные транзакции с участием нескольких активов или нематериальных активов усложняют оценку отдельных нематериальных активов на основе эмпирического подхода. Эти трудности становятся еще более очевидными, если принять во внимание систему бухгалтерского учета. Согласно МСФО 38, не существует активного рынка нематериальных активов, которые, как правило, учитывают их справедливую стоимость. Нематериальные активы настолько своеобразны и их трудно определить, что во многих случаях они становятся трудно оцениваемыми, особенно если они не запатентованы или не маркированы.

Нематериальные ресурсы и человеческие ресурсы являются наиболее важными, потому что они редки и сложны, следовательно, их труднее копировать. Они могут оказывать больше влияние с точки зрения конкурентного преимущества, которое является стратегической основой для достижения более высоких показателей с точки зрения прибыльности, чем среднее число конкурентов. Конкурентное преимущество обусловлено большей эффективностью и наличием редких и трудно подражающих ресурсов. Компанию можно сравнить с портфелем навыков и деятельности с добавленной стоимостью. Нематериальные ресурсы могут, например, совпадать со знаниями, инновациями, доступом к информации, фирменным стилем, лояльностью клиентов, отношениями с заинтересованными сторонами, профессионализмом и мотивацией человеческих ресурсов.

Сбалансированная система показателей представляет собой альтернативу моделям для интегрированного управления ресурсами компании и предлагает инновационный подход для измерения эффективности компании в соответствии с концепцией, которая выходит за рамки традиционного и ограничивается только финансовой перспективой [8, с.179]. Основная идея модели заключается в том, чтобы указать в карте результатов сводку основных финансовых и нефинансовых показателей, с помощью которых можно измерить результаты деятельности компании и перспективы на будущее. В концептуальных рамках модели финансовые показатели не являются основным направлением, на котором компания должна сосредоточиться, поскольку это скорее естественный и последующий результат сбалансированного процесса достижения других стратегических целей.

В логике модели нематериальные активы имеют экономическую ценность в той степени, в которой их использование согласуется с реализацией бизнес-стратегий и связано с приоритетами, установленными общей стратегией компании. Чем больше нематериального ресурса требуется для поддержки реализации бизнес-стратегий, тем важнее он в процессах генерирования денежных потоков для компании, тем выше ее стратегическая и экономическая ценность.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гаранина, Т. А. Роль нематериальных активов в создании ценности компании : теоретические и практические аспекты / Т. А. Гаранина. – Текст : непосредственный // Корпоративные финансы. – 2009. – № 4 (12). – С. 79-96.

2. Гульков, Ф. А. Повышение эффективности управления неидентифицируемыми нематериальными активами как фактор увеличения стоимости предприятия / Ф. А. Гульков, Ю. А. Еленева. – Текст : непосредственный // Вестник МГТУ «Станкин». – 2008. – № 4. – С. 180-185.

3. Егерев, И. А. Стоимость бизнеса : Искусство управления : учеб. пособие / И. А. Егерев. – Москва : Дело, 2003. – 480 с. – Текст : непосредственный

4. Карпов, Э. А. Управление нематериальными активами фирмы для увеличения ее конкурентоспособности и устойчивого развития / Э. А. Карпов, А. Г. Кобзева. – Текст : непосредственный // Международный журнал экспериментального образования. – 2012. – № 4. – С. 47-49.

5. Мамаджанов, Х. А. Методологические особенности применения доходного подхода к оценке интеллектуальной собственности и нематериальных активов / Х. А. Мамаджанов. – Текст : непосредственный // Вопросы оценки. – 2011. – № 1. – С. 2-13.

6. Назарова, В. В. Стоимостные методы оценки эффективности менеджмента компании / В. В. Назарова, Д. С. Бирюкова. – Текст : непосредственный // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия : Экономика и экологический менеджмент. – 2014. – № 3. – С. 393-414.

7. Пузыня, Н. Ю. Интеллектуальный капитал : оценка и измерение стоимости: учеб. пособие / Н. Ю. Пузыня. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2016. – 90 с. – Текст : непосредственный

8. Пузыня, Н. Ю. Оценка и управление нематериальными активами компании : монография / Н. Ю. Пузыня. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2013. – 179 с. – Текст : непосредственный

9. Пузыня, Н. Ю. Создание стоимости компании за счет нематериальных активов / Н. Ю. Пузыня. – Текст : непосредственный // Архитектура финансов : антикризисные финансовые стратегии в условиях глобальных перемен. Сб. матер. VII Межд. научно-практ. конф. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2016. – С. 242-245.

10. Хахонова, Н. Н. Раскрытие информации о нематериальных активах в соответствии с требованиями МСФО / Н. Н. Хахонова. – Текст : непосредственный // Учет и статистика. – 2009. – № 2. – С. 80-86.

Научный руководитель: Джаксыбекова Г.Н. д-р экон. наук, профессор, Almaty Management University.

METHODS OF VALUATION OF INTANGIBLE ASSETS

Author: Kashkinbaev A.B., student, a.kashkinbayev@gmail.com.

Research supervisor: Jaxybekova G.N. Doctor of Economics, Professor, Almaty Management University.

Abstract: the article discusses approaches to valuation of intangible assets, as well as provides an explanation of the importance of it in the assessment of the company, the difficulties that may arise when evaluating it.

Keywords: valuation, intangible assets, IFRS, valuation approaches, valuation effectiveness.

УДК. 368.1:519.237.5

ПРИМЕНЕНИЕ КОРРЕЛЯЦИОННО-РЕГРЕССИОННОГО АНАЛИЗА ПРИ ИЗУЧЕНИИ СТРАХОВАНИЯ КАК МЕХАНИЗМА АКТИВИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Кемелдинова Ж.М., доцент, канд. экон. наук

Баймурзаева Н.С., старший преподаватель

Кыргызский Национальный Университет им. Ж. Баласагына, Кыргызская Республика, г. Бишкек

Аннотация: в статье на основе корреляционно-регрессионного анализа определены тенденции развития страховых показателей, выявлены значимые факторы, влияющие на выплаты страховых компаний предпринимателям республики, как следствие активизации предпринимательства. Проведенный анализ предполагаемой регрессионной модели отражает ее высокий качественный уровень и позволяет включать в нее отобранные факторные показатели. Построенная модель позволила определить факторы, влияющие на страховые выплаты предпринимателей и демонстрирует сильную зависимость страховых выплат от активов страховых компаний и количества страховых случаев.

Ключевые слова: страхование, предпринимательство, страховые выплаты, страховые компании, страховые случаи, корреляционно-регрессионный анализ.

В современной экономике для предпринимательской деятельности страхование является одним из факторов развития деловой активности, выступает в роли стабилизатора, позволяющего компенсировать ущербы, которые наступают вследствие непредвиденных случайных событий. Так как экологические и социальные условия, техногенная среда, во много раз увеличивают риски и порождают катастрофические убытки в наши дни. В процессе реформирования экономической системы особый интерес представляет определение факторов, обуславливающих эффективное развитие предпринимательства, разработка конкретных механизмов его активизации [4]. Результаты анализа предпринимательства и страхового сектора подтверждают и дополняют результаты корреляционно-регрессионного анализа, который позволил определить тенденции развития страховых показателей, выявить значимые факторы, влияющие на страховые выплаты страховых компаний предпринимателям республики, как следствие активизации предпринимательства. Регрессионный анализ позволяет найти уравнение вида

$$y = \alpha_0 + \alpha_1 x_1 + \dots + \alpha_n x_n \quad (1)$$

Это уравнение позволяет по заданным значениям фактора x найти теоретическое значение результативного признака y , подставляя в него фактические значения x . Построение регрессионного анализа сводится к оценке ее параметров $\alpha_0, \alpha_1, \dots, \alpha_n$

Для отбора факторных признаков был сформирован массив данных по страховым выплатам и построена корреляционная матрица, из которой были отобраны факторы, оказывающие наибольшее влияние на результативный признак. Рассмотрим стандартный статистический анализ данных страхового рынка, по которым можно составить первоначальное представление об исследуемой выборке. Как видно из таблицы 1.

где – результативным признаком – (y) выбрали страховые выплаты страховых компаний предпринимателям за период 2013-2017 гг. в КР;

– факторными признаками выбрали:

x_1 – число страховых случаев, (тыс. ед.);

x_2 – количество заключенных договоров (тыс. ед.);

x_3 – объем активов страховых компаний (млн. сом);

x_4 – страховые премии (млн. сом);

x_5 – собственный капитал (млн. сом).

Табл. 1. Исходные данные регрессионной модели по страховому рынку КР [3]

Годы	Страхов. выплаты (млн. сом) у	Число страховых случаев, (тыс. ед.) x_1	Кол-во за-ключ-х до-говоров (тыс. ед.) x_2	Объем ак-тивов страх. комп. (млн. сом) x_3	Страх. премии (млн. сом) x_4	Соб. ка-питал, млн. сом x_5
Обознач.	vypl	strsluch	dogov	activ	prem	cap
2005	26,4	1,2	205,7	263,3	135,3	124,5
2006	28,5	1,3	220,6	236,7	150,5	204,2
2007	35,6	1,1	272,1	400,1	196,5	300,4
2008	31,1	1,2	341,2	647,1	276,7	480,7
2009	53,05	2	255,8	794,6	478,3	797
2010	19,92	2,2	246	942,2	531,8	845,3
2011	60,7	3,6	178,8	1054,9	709,2	1024,8
2012	51,2	3,4	137,1	1376,5	839,9	1252,7
2013	92,5	4,2	189,5	1651,5	967,8	1391,1
2014	134,9	5,4	170,4	2498	1018	1423,2
2015	67,2	6,1	109,3	2937,6	1006,5	2483,5
2016	125,4	6	77,9	2730,3	945,5	2398,3
2017	156,7	5,6	172,5	3495,1	1139,7	2912,8

С помощью программы MS Excel, на основании данных таблицы 1 получили следующую корреляционную зависимость между результативным признаком (у) и факторными признаками (x_1, x_2, x_3, x_4, x_5), которые отражены в таблице 2.

Табл. 2. Корреляционный анализ (раасчет автора)

	vypl	strsluch	dogov	activ	prem	cap
vypl	1	0,842514	-0,57107	0,875889	0,828452	0,812191
strsluch	0,842514	1	-0,81676	0,956356	0,947154	0,93498
dogov	-0,57107	-0,81676	1	-0,69093	-0,71225	-0,71305
activ	0,875889	0,956356	-0,69093	1	0,917798	0,974466
prem	0,828452	0,947154	-0,71225	0,917798	1	0,903264
cap	0,812191	0,93498	-0,71305	0,974466	0,903264	1

Данные таблицы 2 – показывают, сильную зависимость между страховыми выплатами (у) и числом страховых случаев $x_1=0,84$, количеством заключенных договоров $x_2=-0,57$, активами страховых компаний $x_3 = 0,87$ страховыми премиями $x_4=0,82$ и собственным капиталом $x_5 = 0,8$.

На основе данных таблицы 1 с помощью программы MS Excel, анализа данных “Регрессия” построим регрессионную модель зависимости страховых выплат от отобранных факторных признаков (таблица 3).

Табл. 3. Регрессионная модель зависимости страховых выплат от отобранных факторных признаков (рассчет автора)

<i>Регрессионная статистика</i>					
Множественный R	0,890452561				
R-квадрат	0,792905763				
Нормированный R-квадрат	0,620327231				
Стандартная ошибка	28,14046921				
Наблюдения	12				
Дисперсионный анализ					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Значимость F</i>
Регрессия	5	18191,5	3638,3	4,6	0,04
Остаток	6	4751,3	791,9		
Итого	11	22942,8			

Судя по высоким значениям F – статистики и R^2 из таблицы 3 видно, что факторы $(x_1, x_2, x_3, x_4, x_5)$, являются значимыми и позволяют утверждать о высокой объясняющей способности данной модели. Представим данные таблица 3 в виде уравнения регрессии (см.табл. 4).

Табл. 4. Уравнение регрессии страховых выплат (рассчет автора)

	<i>Коэффициенты</i>	<i>Стандарт. ошибка</i>	<i>Нижние 95%</i>	<i>Верхние 95%</i>	<i>Нижние 95,0%</i>	<i>Верхние 95,0%</i>
Y-пересечение	7,99	103,9	-246,46	262,46	-246,46	262,46
Strsluch	-2,03	29,1	-73,31	69,25	-73,31	69,25
Dogov	0,013	0,3	-0,74	0,76	-0,74	0,769
Activ	0,06	0,05	-0,06	0,19	-0,07	0,19
Prem	0,03	0,07	-0,15	0,21	-0,15	0,21
Cap	-0,042	0,05	-0,15	0,07	-0,15	0,07

На основании таблицы 1 мы построили уравнение линейной регрессии, которая сводится к следующему виду:

$$Y = 7,99 - 2,02 x_1 + 0,013x_2 + 0,06x_3 + 0,03x_4 - 0,042x_5 \quad (2)$$

Данное уравнение показывает%

- уменьшение страховых случаев на тыс. ед. приводит к уменьшению страховых выплат на 2,02 млн. сомов;
- увеличение количество заключенных договоров на тыс. ед. приводит к увеличению страховых выплат на 0,013 млн. сомов;
- увеличение активов страховых компаний на один млн. сомов приводит к увеличению страховых выплат на 0,06 млн. сомов;

- увеличение страховых премий страховых компаний на один млн. сом приводит к увеличению страховых выплат на 0,03 млн.сомов;
- уменьшение собственного капитала на один млн. сомов приводит к уменьшению страховых выплат на 0,042 млн. сомов.

Табл. 5. Выравнивание страховых выплат на основе регрессионной модели (расчет автора)

Годы	Страховые выплаты (факт.)	Страховые выплаты (выровнен.)
2005	26,4	24,2
2006	28,5	19,6
2007	35,6	28,6
2008	31,1	40,1
2009	53,05	40,2
2010	19,92	48,6
2011	60,7	50,4
2012	51,2	65,5
2013	92,5	82,4
2014	134,9	132,1
2015	67,2	113,2
2016	125,4	101,4
2017	156,7	137,0
	883,2	883,2

На основе таблицы 1 мы построили диаграмму следующего вида (риунок 1) По ней видно, что страховые выплаты, составленные по регрессионной модели отличаются от фактических страховых выплат своим объемом и плавностью, поэтому данная модель значима и удобна для практического применения страховыми компаниями.



Рис. 1. Регрессионная модель по страховым выплатам в Кыргызской Республике за период 2005 по 2017 гг. (составлено автором на основании таблицы 5)

Построенная модель позволила определить факторы, влияющие на страховые выплаты предпринимателей и демонстрирует сильную зависимость страховых выплат от активов страховых компаний и количества страховых случаев. Это способствует увеличению доверия предпринимателей к страховщикам, и соответственно, большему обращению к услугам страховых компаний, следовательно развитию предпринимательства в Кыргызской Республике.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Государственная служба регулирования и надзора за финансовым рынком при Правительстве Кыргызской Республики. – URL : <http://www.fsa.kg>. – Текст : электронный.
2. Доугерти, К. Введение в эконометрику : учебник / К. Доугерти. – Москва : Инфра-М, 2009. – 465 с. – Текст : непосредственный.
3. Национальный комитет статистики Кыргызской Республики. – URL : <http://www.stat.kg>. – Текст : электронный
4. Сплетуков, Ю. А. Страхование : учеб. пособие / Ю. А. Сплетуков, Е. Ф. Дюжиков. – Москва : ИНФРА-М, 2006. – 312 с. – Текст : непосредственный.
5. Шаршебаев, А. А. Анализ состояния и развития страхового рынка Кыргызской Республики / А.А. Шаршебаев. – Текст : непосредственный // Вестник Хабаровского гос. универ. эконом и права. – 2016. – № 1. – С. 23-28.

APPLICATION OF CORRELATION-REGRESSION ANALYSIS IN STUDYING INSURANCE AS A MECHANISM OF ACTIVATION OF ENTREPRENEURSHIP IN THE KYRGYZ REPUBLIC

Author: Kemeldinova Zh.M., assistant professor, jibek_econ@mail.ru; Baimurzaeva N.S., senior lecturer, nazgulia@yandex.com.

Abstract: Based on the correlation and regression analysis, the article identifies trends in the development of insurance indicators, identifies significant factors affecting the payment of insurance companies to entrepreneurs of the republic, as a result of increased entrepreneurship. The analysis of the proposed regression model reflects its high quality level and allows you to include selected factor indicators in it. The constructed model allowed us to determine the factors affecting the insurance payments of entrepreneurs and demonstrates the strong dependence of insurance payments on the assets of insurance companies and the number of insured events.

Keywords: insurance, entrepreneurship, insurance payments, insurance companies, insured events, correlation and regression analysis.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО БИЗНЕСА

Киселева А.И., аспирант

ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»,

ДНР, г. Донецк

Аннотация: данная статья посвящена анализу имеющегося опыта реализации мер государственной поддержки малого бизнеса. Рассмотрены различные инструменты государственной политики в сфере предпринимательства. Исследованы особенности налогового регулирования деятельности субъектов малого бизнеса. Проанализированы вопросы расширения частно-государственного партнерства.

Ключевые слова: малый бизнес, государственная политика, государственная поддержка, налоги, частно-государственное партнерство.

Формированию адекватной системы поддержки малого бизнеса традиционно уделяется значительное внимание со стороны государства. Сегодня нет нужды обосновывать огромное значение малого и среднего предпринимательства (МСП) для эффективного функционирования и развития национальной экономики. Неоспоримым является его весомое влияние на социальную сферу, определяемое созданием значительного числа рабочих мест и сглаживанием экономической стратификации общества, а также существенный вклад МСП в бюджет государства, поступающий в виде налогов и других платежей в бюджетную систему. Кроме того, малый бизнес является активным участником инновационных процессов, осуществляя разработку и коммерциализацию нововведений. Все это приводит к тому, что во многих странах, в том числе и в Российской Федерации, существует проработанная система мер государственного стимулирования развития малого предпринимательства, которая, несмотря на имеющиеся недочеты, дает свои результаты в условиях стабильного функционирования экономики. Однако, в ситуации, когда национальное хозяйство сталкивается с кризисными явлениями, форс-мажорными обстоятельствами, имеющими глобальный характер, как, например, пандемия коронавируса COVID-19, от государства требуются радикально новые подходы к осуществлению поддержки малого бизнеса, являющегося основой благосостояния населения. Рассмотрению теоретических и практических аспектов реализации государственной поддержки малого предпринимательства посвящены работы таких авторитетных ученых как В. Д. Афанасьев, А. О. Блинов, Р. Г. Нургалиев, А. Н. Потапова, Е. А. Рынкова, Е. А. Соловьева, Д. К. Хусейнова.

В соответствии с действующим законодательством РФ под государственной поддержкой следует понимать деятельность органов государ-

ственной власти и местного самоуправления, организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляемую в целях развития последнего. Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» предусмотрены такие формы государственной поддержки как финансовая, имущественная, информационная, консультационная, а также поддержка в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников, поддержка инновационной и внешнеэкономической деятельности, социального предпринимательства [1].

В совокупность мер финансовой поддержки могут быть включены кредиты и государственные гарантии по обязательствам МСП, субвенции и субсидии, специальные режимы налогообложения и налоговые льготы, кредиты, ссуды и займы. Передача во владение и пользование малому бизнесу объектов муниципальной и государственной собственности классифицируется как имущественная форма поддержки. Государство может предоставлять данной группе субъектов хозяйствования земельные участки, здания, сооружения, нежилые помещения, оборудование, машины и механизмы, транспортные средства, инвентарь, инструменты, как на платной основе, так и на безвозмездной, а также на льготных условиях [1].

Оказание информационной поддержки предусматривает создание информационных систем различных уровней, официальных сайтов, поддержки малого бизнеса в сети INTERNET, которые призваны информировать субъекты хозяйствования о реализации государственных программ; об основных показателях деятельности МСП; об организациях, образующих инфраструктуру поддержки последних; о возможностях и условиях получения финансовой и имущественной поддержки и т.д.

Такая форма государственной помощи МСП как консультационная может быть реализована за счет развития инфраструктуры поддержки малого бизнеса, создания организаций, оказывающих консультационные услуги, а также по средствам компенсации затрат малых предприятий на оплату подобных услуг [1].

Поддержка субъектов предпринимательства в сфере образования предполагает создание условий для профессиональной подготовки и переподготовки кадров для малого бизнеса.

Эффективная реализация вышеуказанных форм государственной поддержки малого и среднего предпринимательства даже в условиях стабильной экономики возможна лишь при минимизации влияния таких негативных факторов, как коррупция, бюрократизация надзорных органов, завышенные требования при получении государственной поддержки, непрозрачность проведения конкурсных процедур, нестабильность законодательной базы. Однако в условиях кризиса, вызванного вынужденными мерами по противодействию коронавирусной инфекции COVID-19, большинство стран мира столкнулись с необходимостью оперативной модер-

низации системы государственной поддержки бизнеса. Правительство РФ уже приняло ряд беспрецедентных мер поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, занятых в сферах деятельности, наиболее пострадавших в условиях ухудшения ситуации в связи с распространением коронавирусной инфекции. Среди данных действий можно выделить такие меры финансовой поддержки как:

- отсрочка по всем видам платежей кроме НДС на 6 месяцев;
- отсрочка по кредитам на 6 месяцев;
- рекомендация кредиторам по реструктуризации кредитов и займов, предоставление государственных гарантии при реструктуризации кредитов;
- внедрение программы кредитования под 0% на заработную плату;
- упрощение требований к заемщикам при получении льготного кредитования и снижение ставки по кредитам;
- отсрочка по уплате страховых взносов в социальные фонды для микропредприятий на 6 месяцев, а также двукратное снижение страховых взносов для зарплат выше минимального размера оплаты труда.

Реализованы и механизмы имущественной поддержки в виде отсрочки на уплату арендных платежей по объектам государственной и муниципальной собственности. Информационная и консультационная поддержка МСП осуществляется посредством перехода на он-лайн работу центров «Мой бизнес», открытия горячих линий, информирования организаций о принимаемых мерах через кабинет налогоплательщика на сайте ФНС.

Следует отметить, что большая часть предложенных мер направлена на компенсацию непредотвратимых потерь, и не использует такое безусловное преимущество малых предприятий, как гибкость и мобильность, способность к быстрой адаптации в сложившихся условиях и переориентации деятельности. Перспективным является стимулирование перехода предприятий к электронному бизнесу, на текущий момент только в Москве введено пятидесятипроцентное субсидирование расходов МСП на продвижение товаров и услуг на интернет-площадках и оплату услуг он-лайн сервисов. Практически не используется такой вид поддержки субъектов предпринимательства как организация переквалификации персонала, которая позволила бы осуществить переход предприятий к новым востребованным и стратегически верным для государства видам деятельности, так еще в соответствии с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития РФ к 2020 году предусматривалось сокращение доли занятых в сфере торговли малых предприятий и рост числа МСП в области информационных услуг, науке, ЖКХ и, что особенно актуально, в здравоохранении [2, с. 173]. Кроме того, реализация мер по поддержке МПС в сфере образования будет способствовать улучшению ситуации в

одной из наиболее пострадавших отраслей – дополнительное образование, деятельность негосударственных образовательных организаций.

Особое внимание следует уделить организации частно-государственного партнерства, в первую очередь за счет увеличения числа государственных заказов, переданных малому бизнесу. Российское законодательство предусматривает определенные квоты на размещение заказов госпредприятий и крупных естественных монополий в сфере малого и среднего предпринимательства, а Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» предполагает увеличение годового объема закупок у МСП до 5 трлн. руб. к 2024 г. Однако в условиях коллапса, вызванного пандемией, следует увеличить оговоренные квоты по госзаказу уже сейчас и внести изменения в критерии оценки заявок по тендерам, обеспечив приоритет для субъектов МСП.

Таким образом, можно прийти к выводу, что в условиях ухудшения ситуации в связи с распространением коронавирусной инфекции особое внимание следует уделять поддержке малого и среднего предпринимательства, используя полный спектр форм и видов государственной поддержки, включая организацию частно-государственного партнерства и поддержку в области переподготовки и повышения квалификации персонала.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ (с изм. и доп.). – URL : <https://base.garant.ru/12154854/>. – Текст : электронный.

2. Рожковский, В. А. Система государственной поддержки малого бизнеса / В. А. Рожковский. – Текст : непосредственный // Вестник Алтайского государственного аграрного университета – 2016. – № 2 (136). – С. 171-176.

STATE SUPPORT FOR SMALL BUSINESS

Author: Kiselova A.I., postgraduate student, alex.kiselyova@gmail.com, Donetsk national technical university, Donetsk.

Abstract: The article above is devoted to the analysis of the existing experience in small business state backing implementation. Various state policy instruments are considered regarding business enterprise. The peculiarities of small businesses tax regulations are investigated. The items of private and state partnership extension are analyzed.

Key words: small business, state policy, state support, taxes, private and state partnership.

УДК 339.976

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ЭНЕРГЕТИКИ И НОВЫЕ ЗАДАЧИ ДЛЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ковалева Е.О., студент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотация. В данной статье выделяются основные тенденции развития мировой энергетики. Определяется роль, которую оказывает топливно-энергетический комплекс на устойчивость российской экономики. Рассматриваются ключевые вызовы, с которыми придется столкнуться России ввиду трансформации мировой энергетической системы, а также определяются аспекты, которые должны составлять основу энергетической политики России.

Ключевые слова: мировая энергетика, топливно-энергетический комплекс, нефть, газ, возобновляемые источники энергии, энергоэффективность, задачи.

Актуальность темы. В настоящее время в условиях постоянной трансформации мирового хозяйства и сложной геополитической и экономической ситуации на международной арене происходят беспрецедентные изменения в сфере энергетики. На развитие данной сферы влияет огромное количество факторов, которые в перспективе способны привести к формированию новой модели отрасли.

Цель исследования. Предложить основные тенденции развития мировой энергетики. Определить роль, которую оказывает топливно-энергетический комплекс на устойчивость российской экономики. Рассмотреть ключевые задачи, с которыми придется столкнуться России ввиду трансформации мировой энергетической системы, и аспекты, которые должны составлять основу энергетической политики России.

Основные результаты исследования. На современном этапе одной из важнейших особенностью развития мировой энергетики является региональная реструктуризация рынков. В связи с замедлением экономического и демографического роста страны ОЭСР стабилизируют энергопотребление и возьмут курс на самообеспечение энергоресурсами за счет повышения энергоэффективности и развития возобновляемых источников энергии (ВИЭ). Центр роста и энергопотребления будет смещаться в стороны развивающихся стран Азии. Так, согласно данным British Petroleum, к 2030 г. потребление в странах ОЭСР будет на 6% выше, чем сегодня и средний рост будет составлять 0,3% в год. После 2020 г. в развитых странах будет наблюдаться тенденция к снижению энергопотребления на душу населения и будет составлять около -0,2% в год. В то же время потре-

ние энергии в странах, не входящих в ОЭСР, возрастет на 68% и будет демонстрировать ежегодный прирост в 2,6% [1].

Кроме того, в настоящее время возрастает взаимозависимость энергетической и экологической составляющих, о чем свидетельствует усиливающаяся политика по сдерживанию углеводородных выбросов. В странах ОЭСР увеличивается спрос на «зеленые» технологии, экологически чистые виды генерации получают существенную поддержку со стороны национальных правительств. В этой связи сегодня особенно мощный рост переживает отрасль возобновляемой энергетики. По итогам 2018 г., инвестиции в ВИЭ в мире составили 386 млрд. долл., что более чем в два раза превышает объем вложений в традиционную энергетику. Помимо этого, в большинство энергетических стратегий развитых государств заложена концепция энергосберегающего типа развития, что подразумевает сокращение доли энергоемких производств в структуре экономики и значительное повышение стандартов энергоэффективности, что должно привести не только к снижению уровня экологических проблем, но и стать достойной альтернативой строительству новых энергетических мощностей.

Данная трансформация мировой энергетики и, прежде всего, рынков углеводородов негативно сказывается на экономике и энергетической сфере России, которая является крупнейшим экспортёром нефти (2-е место в мире, 11% от мирового экспорта) и газа (1-е место в мире, 27,4% от мирового экспорта). Доля товаров топливно-энергетического комплекса в общем экспорте составляет 62,9%, доля нефтегазовых доходов в бюджете страны – 43%. Все это свидетельствует о том, что ТЭК оказывает огромное влияние на устойчивость национальной экономики России.

Следующей тенденцией развития мировой энергетики является усиление конкуренции на мировых энергетических рынках между основными их участниками. Выход новых игроков на глобальный уровень, увеличение объемов добычи традиционных и неконвенциональных углеводородов, стремление многих стран-импортеров нефти и газа к энергетической самодостаточности, ускоренный рост использования альтернативных источников энергии, снижение темпов мирового экономического роста – всё это означает переход от рынка продавца к рынку покупателя.

Ограниченность традиционных запасов энергии (нефти, газа, угля), а также усиление роли экологического фактора в экономике ведет к необходимости разумного использования энергоресурсов и сбалансированному учету интересов государств. Это обуславливает изменение структуры мирового энергопотребления путем развития новых источников энергии и нетрадиционных углеводородов.

В результате топливная корзина становится более диверсифицированной и сбалансированной. К 2040 г. произойдет выравнивание долей ископаемых видов топлива (нефть – 27%, газ – 24%, уголь – 25%) и не иско-

паемых (в сумме 23%), что указывает на развитие межтопливной конкуренции и повышение стабильности энергоснабжения (Рис. 1) [2].

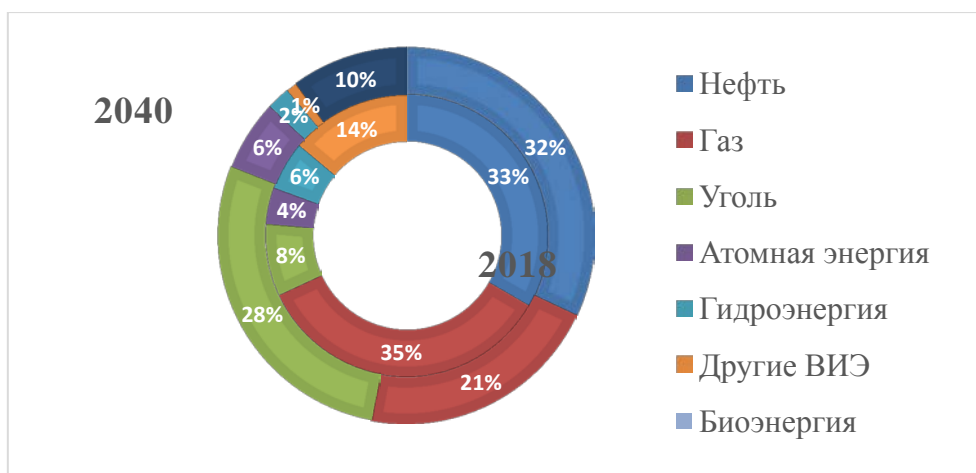


Рис. 1. Структура потребления первичной энергии по видам топлива в мире на 2018 и 2040 гг.

Стоит отметить, что в ближайшие 20 лет в результате снижения роли нефтяной сферы и повышения роли газовой сферы «геополитика нефти» будет сменяться «геополитикой газа». В первую очередь, будет отмечаться диверсификация и увеличение поставок газа за счет выхода на полную мощность комплекса проектов СПГ, а также стремительное развитие инфраструктуры его рынка.

Первым вызовом, с которым придётся столкнуться России, является снижение до нулевых отметок темпов энергопотребления и импорта углеводородов в ЕС – ключевом рынке сбыта, на долю которого приходится около 4/5 отечественного энергоэкспорта. В виду слабой диверсифицированности рынков сбыта российских энергоресурсов и неразвитости на азиатском направлении нефте- и газотранспортной инфраструктуры серьезное влияние на экономику России окажет энергетическая политика ЕС, которая направлена на всестороннее повышение энергоэффективности во всех сферах хозяйственной деятельности, а также на увеличение спроса на альтернативные источники энергии. Так, планируется, что к 2030 г. 20% энергопотребления ЕС будет приходиться на ВИЭ.

К снижению доли России на нефтегазовых рынках приведет усиливающаяся конкуренция между экспортерами энергоресурсов, а также политика ряда стран, прежде всего, государств ЕС, США, Японии и Китая, направленная на обеспечение своей энергетической независимости за счёт максимальной диверсификации источников импорта углеводородного сырья, что позволит им избежать формирования зависимости от какого-либо поставщика [5]. Здесь также стоит отметить принятие Европейским Сою-

зом серии документов и, прежде всего, Третьего Энергетического пакета, который регулирует торговлю энергоносителями и упрочивает позиции потребителей [4].

В настоящий момент создаются новые инфраструктурные каналы вне территории России, например, проект Южного газового коридора, которые ослабят ее роль в качестве ведущего экспортера энергоресурсов.

Следующим вызовом становится снижение уровня мировых цен на углеводороды и, прежде всего, на нефть. Доходы от продажи нефти составляют значительную часть доходов бюджета страны, за счет них поступает существенная доля иностранной валюты. Дальнейшее падение мировых цен на нефть может заморозить реализацию наиболее крупных и затратных проектов в отечественной нефтедобыче (прежде всего, освоение арктических шельфов и глубокозалегающих месторождений) в виду отрицательной их рентабельности. В итоге это приведет к резкому сокращению объемов добычи после 2020 г., когда основной фонд действующих месторождений будет исчерпан [3].

Негативное влияние на экономическую политику России оказывают введённые санкции западных стран, которые состоят в ограничении трансфера товаров, услуг и технологий для добычи нефти на глубоководном шельфе, в Арктике и сланцевых пластах, в запрете на инвестиции в добычу нефти и газа на территории России, а также в ограничении доступа российских нефтегазовых компаний к средствам для средне- и долгосрочного финансирования. Помимо этого, стоит отметить отмену крупнейших совместных проектов российских и зарубежных нефтегазовых компаний. Так, фактически были заморожены все проекты «Роснефти» с западными компаниями по разработке арктических месторождений, приостановлена деятельность СП «ЛУКОЙЛа» и Total по освоению Баженовской свиты и дальнейшей добычи сланцевой нефти и др. В результате, в виду сильной зависимости от импорта зарубежного оборудования и технологий (68% используемых технологий импортируется), а также финансовых ресурсов под угрозу поставлено дальнейшее развитие нефтегазовой отрасли, что в перспективе способно привести к сокращению добычи углеводородов.

Выводы. Таким образом, Россия оказалась наиболее чувствительной к факторам трансформации мировой энергетики. В условиях уже сточающейся конкуренции на внешних энергетических рынках и негативных колебаний рыночной конъюнктуры необходима корректировка государственной энергетической политики. В краткосрочном и среднесрочном периоде российское правительство должно принять комплексную программу, которая будет направлена на снижение зависимости от экспорта энергоресурсов, повышение его продуктовой и географической диверсификации, стремительный рост эффективности инвестиций в

ТЭК, развитие отечественного энергетического машиностроения и нефтесервисного рынка, а также снижение энергоемкости национально-го хозяйства и повышение его энергоэффективности. Результатом должно стать не только повышение гибкости экспортной политики и укрепление позиций на мировых энергорынках, но и обеспечение устойчивого развития всего топливного сектора страны.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Кондратов, Д. И., Участие России на мировом энергетическом рынке : российский внешнеэкономический вестник / Д. И. Кондратов. – Москва : Книжный мир, 2016. – 352 с. – Текст : непосредственный
2. Маликова, О. В., Новые условия конкуренции на энергетических рынках и задачи промышленной политики России / О. В. Маликова. – Москва : Капитал страны, 2018. – 163 с. – Текст : непосредственный
3. Пачинкин, И. В., Российский нефтегаз под санкциями : основные угрозы для отрасли : экспертно-аналитический материал / И. В. Пачинкин. – Москва : Финмаркет, 2016. – 214 с. – Текст : непосредственный
4. Прогноз развития энергетики мира и России 2017 / под ред. А. А. Макарова. – Москва : ИНЭИ РАН, Аналитический центр при Правительстве РФ, 2017. – 186 с. – Текст : непосредственный
5. Ремизова, М. В., Последствия низких цен для нефтяной отрасли : энергетический бюллетень / М. В. Ремизова, Л. В. Григорьева. – Москва : Аналитический центр при Правительстве РФ, 2018. – 437 с. – Текст : непосредственный

Научный руководитель: Пилипенко В.В., старший преподаватель, Донецкий национальный университет.

WORLD ENERGY DEVELOPMENT TRENDS AND NEW CHALLENGES FOR THE RUSSIAN FEDERATION

Author: Kovalyova E.O., student, ei.kovaleva@yandex.ru

Research supervisor: Pilipenko V.V., Senior Lecturer of National University of Donetsk

Abstract: This article deals with the main world energy trends. It defines the role of fuel and energy complex in maintaining stability of the Russian economy. It examines key challenges that Russia will face in conditions of world energy's transformation and defines the aspects that should form the basis of the Russian energy policy.

Keywords: world energy, fuel and energy complex, oil, gas, renewable energy sources, energy efficiency, challenges.

ЭЛЕКТРОННАЯ ЭКОНОМИКА КАК НОВЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ СТРАН

Койда А.О., студент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, Донецк

Аннотация: Данная статья освещает аспекты экономико-политической трансформации экономики на основании сетевых коммуникаций в современном обществе, которые, в свою очередь, носят новые формы организации, управления, во всех сферах деятельности, в том числе и в обеспечении экономической безопасности различных государств. Уровень развития цифровой экономики определяет конкурентоспособность страны в новом технологическом укладе. В том числе, все сетевые коммуникации играют в обществе двоякую роль: с одной стороны открываются новые возможности, а с другой стороны снижение защищенности трудовых и финансовых ресурсов.

Ключевые слова: Цифровая экономика, блокчейн, интернет, онлайн-экспорт, онлайн-трэвел, онлайн-ритейл.

Актуальность темы. Электронная экономика является новым направлением развития государств, так как она оказывает значительное воздействие на различные отрасли, что приводит к появлению новых способов кооперации и координации экономических агентов, способствующих решению поставленных задач.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы развития электронной экономики изучались такими известными учеными, как Н. Негропonte, М. Каку, В. Катасонов, П. Грибов и др.

Цель работы. Определение места и роли электронной экономики как нового вектора развития стран на современном этапе.

Основная часть. Понятие «цифровая экономика» (электронная экономика) возникло в конце XX века, смысл данного термина обозначил американский ученый Николас Негропonte, который в метафорической форме отмечал, что «цифровая экономика» – это переход от движения атомов к движению битов. Таким образом, можно заметить, что данное понятие является очень широким и включает в себя множество компонентов, а именно:

- программное обеспечение;
- информационно-коммуникационные технологии;
- современное технологическое производство и т.д. [1].

Цифровая экономика – это будущее, в которое с надеждой смотрит большое количество мировых акторов, Россия здесь не исключение. Так, в

ходе заседания Совета по стратегическому развитию в июле 2019 года, было отмечено, что создание цифровой экономики – это вопрос национальной безопасности и независимости государства. Также, в ходе обсуждения данный процесс сравнили со строительством железнодорожного полотна в XIX веке и глобальной электрификацией в XX в. Основной целью, принятой в середине 2019 г. Программы по Развитию цифровой экономики в России, является создание необходимых организационных и нормативно-правовых условий, а также обеспечение быстрого роста национальной экономики за счет качественного изменения структуры и системы управления [2]. В этом плане не отстаёт и Казахстан, который, на фоне разворачивающейся в данный момент, четвёртой технологической революции, уже заключил стратегически важное соглашение с РФ об объединение государственных программ в сфере цифровой экономики в рамках Евразийского союза [4]. Таким образом, в условиях неизбежной глобализации возрастает роль цифровой экономики.

Однако стоит указать на то, что в данной сфере, на современном этапе, не существует международного правового регулирования, что является главной проблемой цифровой экономики в настоящее время. Также в последние годы возрастает проблема цифрового неравенства, о котором говорится в новом отчёте ООН 2019 года (Международный союз электросвязи). В отчете, с одной стороны, признается, что цифровая экономика – это одно из самых перспективных направлений для государства, бизнеса и общества, а с другой, входящая в структуру ООН организация признает, что в настоящее время цифровое неравенство усугубляется. Так, менее развитые государства по-прежнему отстают по основным показателям цифровой экономики, например, по количеству людей, пользующихся интернетом. Среднестатистическая доля пользователей в данных странах – около 15,2%.

Что касается использования интернета для осуществления финансовых операций, то по странам в данном аспекте в пятерку стран входят: Финляндия, Эстония, Швеция, Франция, Великобритания.

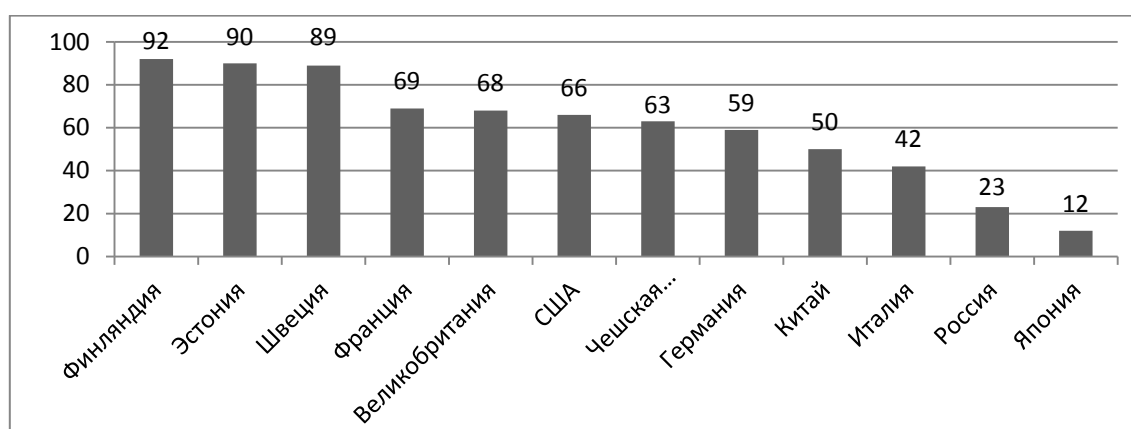


Рис. 1. Использование интернета для осуществления финансовых операций по странам, %

Свою позицию по этому вопросу высказал и сооснователь Microsoft, Билл Гейтс, который заявил о том, что если технологии будут дорогостоящими, а изучать их можно будет только в богатых странах, то пропасть между богатыми и бедными еще больше усилится [3].

Говоря об электронной коммерции, то в РФ она оценивается в 1 238 млрд. рублей, а 35% пользователей делали покупки в интернет-магазинах.

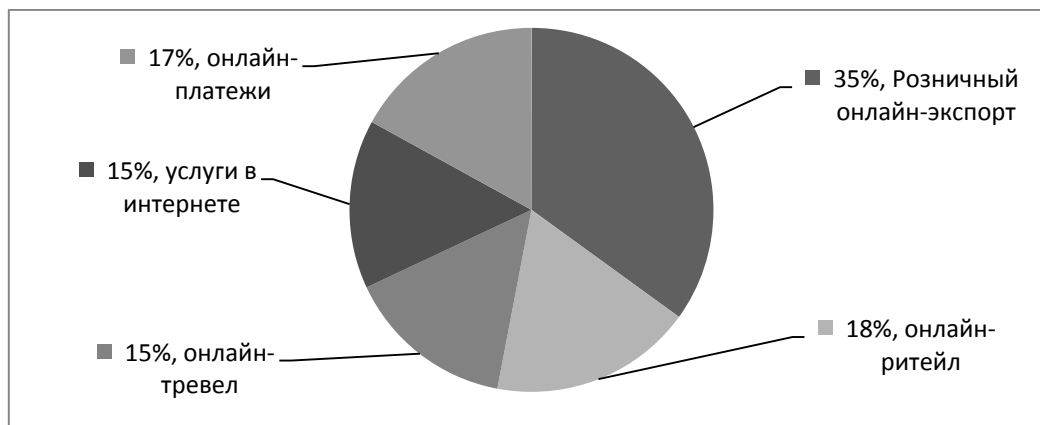


Рис.2. Электронная коммерция в РФ,%

При этом розничный онлайн-экспорт составляет 2 млрд. долларов (включая товары, цифровые товары и услуги). Онлайн-ритейл оценивается в 706 млрд. рублей (рост на 18%), онлайн-трэвел в 363 млрд. рублей (рост на 15%), услуги в интернете в 169 млрд. рублей (рост на 15%), онлайн-платежи в 686 млрд. рублей (рост на 17%).

Рассматривая цифровую экономику, нельзя не затронуть такое понятие как блокчейн. Итак, блокчейн – это распределенная база данных, у которой устройства хранения данных не подключены к общему серверу. Внедрение таких технологий обеспечивает дополнительные возможности с точки зрения безопасности, так как ограничивает доступ других пользователей к данной базе данных. Ярким примером внедрения таких технологий является деятельность ООН в Иордании, где в конце мая 2019 г. 10 тысяч сирийских беженцев получили гуманитарную помощь, но не в виде привычных коробок с продовольствием. Здесь ООН пришли на помощь электронные ваучеры, то есть письменные свидетельства, квитанции, документы, подтверждающие получение товара, скидки на товар или услуги. Исходя из успешной практики в Иордании, ООН рассматривает и такие перспективные направления, где могут помочь новые информационно-коммуникационные технологии, как изменение климата, идентификация, денежные переводы, смарт контракты и т.д. [1].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что цифровая экономика является перспективным вектором развития современных государств и несёт в себе огромный потенциал, связанный с разработкой и внедрением новых информационно-коммуникационных технологий, направленных на

развитие, доступность и безопасность. Однако стоит не забывать, что внедрение таких технологий требует чёткого и аккуратного плана действий, для того, чтобы не столкнуться с проблемами, описанными в работе. Также стоит отметить, что внедрение цифровой экономики в государствах на фоне процессов глобализации требует повсеместности и своевременности. Исходя из этого, для успешного и равного развития государств, в данной сфере, необходимо обеспечить доступность, а также всестороннюю поддержку государствам, которые отстают в этом направлении.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ведута, Е. А. Цифровая экономика как инструмент глобализации / Е. А. Ведута, Л. Б. Вернадская, И. К. Шулаева. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – Москва; Санкт-Петербург. : Питер, 2018. – 344 с.

2. Конференция ООН : [сайт]. – URL : <https://www.un.org/ru>. – Текст : электронный.

3. Прасолов, В. И. Цифровая экономика как ответ на вызовы XXI века / В. И. Прасолов. – Текст : электронный – URL : <http://scipress.ru/economy/articles/tsifrovaya-ekonomika>.

4. Программа развития цифровой экономики в Российской Федерации. – URL : <http://spkurdyumov.ru/uploads/2017/05/strategy.pdf>. – Текст : электронный.

5. Экономическая статистика стран мира. – URL : <http://www.ereport.ru/>. – Текст : электронный.

Научный руководитель: Пилипенко В.В., старший преподаватель, Донецкий национальный университет.

E-ECONOMY AS A NEW STAGE OF DEVELOPMENT OF COUNTRIES

Author: Koyda A.O., student, koyda.98@mail.ru

Research supervisor: Pilipenko V.V. senior lecturer, Donetsk National University.

Abstract: This article highlights the aspects of economic and political transformation of the economy based on network communications in modern society, which, in turn, have new forms of organization, management, in all spheres of activity, including in ensuring the economic security of various States. The level of development of the digital economy determines the country's competitiveness in the new technological order. In particular, all network communications play a dual role in society: on the one hand, new opportunities are opening up, and on the other hand, the security of labor and financial resources is decreasing.

Keywords: Digital economy, block chain, Internet, online export, online travel, online retail.

ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА ТЕРРИТОРИИ

Кононенко А.А., студент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотация. Бытует мнение, что бренд территории формируется на основе позитивного ее имиджа, основу которого составляют возможности удовлетворения тех или иных запросов и потребностей. Бренд территории является высшим проявлением эмоциональных потребительских предпочтений, которые формируются посредством положительного имиджа. В брендинге территорий за основу взята идея донесения до широкой публики представления о неповторимости и уникальности конкретной территории. Брендинг территории – это перспективное и современное направление научных исследований во всем мире. Сегодня, динамичное и интенсивное развитие этого перспективного направления обусловлено повышением индустрии туризма и поддержкой позитивного имиджа территорий.

Ключевые слова: бренд, территория, имидж территории, брендинг, уникальность.

Бренд территории – это совокупность уникальных качеств, не проходящих общечеловеческих ценностей, которые отражают уникальность и оригинальность потребительских характеристик определенной территории и общества, широко известные, получившие общественное признание и пользующиеся стабильным спросом потребителей, населяющих данную территорию [1, с.31].

Понятие «бренд территории» имеет системный, содержательный характер. Сюда следует отнести:

– исключительный позитивно-эмоциональный образ, который определен географическими, историческими, социально-культурными и другими неповторимыми особенностями территории, ставшими широко известными обществу;

– обещание необходимых потребительских качеств потребителям определенной территории;

– ответственность за качественное удовлетворение запросов потребителя территории, наличие определенных выгод за проживание на территории;

– повышенный субъективный уровень ценности территории для потребителя и его удовлетворенности, создаваемый посредством позитивных впечатлений о территории, которые стимулируют к потреблению территории и с добром напоминают о ней;

– серьезный фактор конкурентных преимуществ и доходов территории – ценный нематериальный актив ее экономики.

Обоснование необходимости формирования бренда территории обусловлено следующими причинами:

1. В инвестиционном пространстве усиливается конкуренция между территориями. Бренд формирует маркетинговый потенциал территории, то есть ту уникальную ценность территории в глазах потребителей, которая делает ее наиболее привлекательной для них в отличие от ее территорий-соперников.

2. Непрерывно нарастающая конкуренция на международном туристическом рынке между турпродуктами. Сегодня мировой туризм сильно набирает обороты и его роль важна для страны, которая хочет привлечь как можно больше туристов. При этом во внимание нужно взять то влияние, которое традиционный туризм оказывает на деловой, а, следовательно, и на привлечение инвесторов. Не проявлять интерес в конкуренции за привлечение туристов, – значит не использовать возможность для привлечения потенциальных инвесторов.

3. Оживлением брендинга территорий во всем мире, в том числе и в России, а именно в городах Казань, Москва, Санкт-Петербург, Сочи и Нижний Новгород. В современных условиях информационной экономики, наличие сформированного бренда территории, а также плана его дальнейшего развития становится неотъемлемым фактором продуктивной реализации территориальных возможностей [4, с.131].

Бренд территории представляет собой сложную психосоциальную технологию, включающую в себя два компонента:

1. Логотип – это графический знак или символ, который территориальное образование использует для распознавания и узнаваемости в обществе. Логотип направлен на то, чтобы его запомнить и верно истолковать, то есть интерпретировать его с определенной географической местностью и набором конкретных характеристик. Проще говоря, территория без специально разработанного логотипа перестает быть брендом. Полноценным брендом территорию делает наличие логотипа или символа.

2. Имидж территории – составляет ее природные, исторические, этнографические, экономико-политические и социально-культурные ценности, ассоциации потребителей, связанные с ней, их эмоции и общее видение направлений использования потенциала территории. Большую ответственность за формирование позитивного имиджа территории берет на себя ее власть.

Формирование бренда и позитивного имиджа территории, а также управление их продвижением – это приоритетное направление экономического, социального, и политического развития любой территории. Успешность и благополучность брендинга территории непосредственно влияет на:

– обеспечение устойчивого и привлекательного имиджа территории для ее потребителей;

- привлечение внешних инвестиций;
- наращивание хозяйственного потенциала;
- укрепление интеграционных и кооперационных связей с другими территориями;
- трансляцию территориальных достижений и инициатив вне территории.

В свою очередь, существуют определенные параметры, которые определяют имидж территории. К ним следует отнести:

- качество жизни – наличие жилища для разных социальных групп, социальные услуги, качество продуктов питания, места для проведения досуга, уровень и доступность лечения и образования;
- кадровые ресурсы – подготовка, повышение квалификации, адаптация к новым условиям и требованиям;
- развитость инфраструктуры – транспорт, связь, способы передачи данных, отели, бытовые услуги и др.;
- высокие технологии – способность территории развивать и поддерживать высокотехнологические отрасли, обновляя уже существующую базу;
- капитал – масса капитала, сконцентрированная на территории в виде собственных и привлеченных активов;
- контролируемые органы – рациональность, мобильность, эффективность и честность бюрократизма;
- инфраструктура бизнеса – доступность и уровень услуг в области консалтинга, аудита, рекламы, права, информации, PR, институциональные условия реализации соглашений с титулами собственности;
- власть – команда опытных личностей, компетентность членов команды, нестандартность идей, стиль принятия решений, прозрачность законотворчества, отсутствие коррупции, уровень отношения к социальным проблемам.

В случае отсутствия определенной стратегии брендинга территории ее имидж создается невольно и неосознанно, а иногда это протекает под воздействием не всегда доброжелательных сил, которые нарочно могут искажать имидж территории в глазах общественности [3, с.49].

Таким образом, бренд территории – это важнейший инструмент управления маркетинга территорий, который направлен на формирование коммуникативного капитала территории. Возникновение территориального бренда порождает условия для развития потенциала территории, то есть, для роста эффективности его использования, потому как, продвижение бренда создает условия для роста его узнаваемости, и, соответственно, и увеличивает количество потенциальных потребителей территории.

Формирование бренда территории проходит 5 основных этапов:

1 этап – разработка концепции бренда как представления и позиционирования территории в будущем, создается определенный образ в глазах общества.

2 этап – анализ потенциала бренда и его целевого рынка, зачастую это международная и страновая аудитория.

3 этап – разработка основы для разделения бренда, а именно поиск отличий от других территорий.

4 этап – визуализация бренда, создание логотипа и визуальных образов.

5 этап – разработка программы продвижения территориального бренда [2, с.45].

По факту, формирование бренда территории и есть развитие ее маркетингового потенциала. Брендинг считается одним из важнейших стратегических маркетинговых процессов, который активно применяется в маркетинге территорий. Таким образом, территория с точки зрения маркетинга – это такой же товар, как и все остальные товары и услуги, которому очень необходим искусный и продуктивный маркетинг. Особенностью территории является то, что носителями атрибутов выступают те же люди, носители самоидентификации территории, на которых и будет оказываться непосредственное воздействие в ходе формирования бренда. Как правило, территориальный бренд уже имеет определенный набор атрибутов, которые сложились исторически и под влиянием внутреннего социально-политического климата. По этому, в основу брендинга территории заложена та идея донесения до широкой общественности представления о ее неповторимости и самобытности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алхонт, С. Брендинг : дорога к мировому рынку / С. Алхонт. – Москва : КУДИЦ-ОБРАЗ, 2004. – 270 с. – Текст : непосредственный.

2. Динни, К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / К. Динни. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013 – 336 с. – Текст : непосредственный.

3. Ибрагимхалилова, Т. В. Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития и формирование благоприятного имиджа территорий / Т. В. Ибрагимхалилова. – Текст : электронный. – URL : <http://donnuet.education/attachments/pdf/dissovet/ibragimhalilova/ Dissertation-Ibragimhalilova.pdf>.

4. Котлер, Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер. – Санкт-Петербург : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 382 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: Ибрагимхалилова Т.В., д-р эконом. наук, заведующая кафедрой маркетинга и логистики, Донецкий национальный университет.

JUSTIFICATION OF THE NEED TO CREATE A TERRITORY BRAND

Author: Kononenko A. A., an.kononenko@bk.ru

Research supervisor: Ibrahimkhalilova T. V., dr. economy. head of the Department of marketing and logistics, Donetsk national University.

Abstract: There is an opinion that the territory's brand is formed on the basis of its positive image, which is based on the ability to meet certain requests and needs. The territory's brand is the highest manifestation of emotional consumer preferences, which are formed through a positive image. The branding of territories is based on the idea of communicating to the General public the idea of the uniqueness and uniqueness of a particular territory. Territory branding is a promising and modern direction of scientific research all over the world. Today, the dynamic and intensive development of this promising area is due to the growth of the tourism industry and the support of a positive image of the territories.

Keywords: brand, territory, territory image, branding, uniqueness.

УДК 336.7:336.743-021.131

МЕСТО И РОЛЬ ВИРТУАЛЬНЫХ ВАЛЮТ В СОВРЕМЕННЫХ НАЦИОНАЛЬНЫХ ДЕНЕЖНЫХ СИСТЕМАХ

Кораблев А.А., студент,

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотация: Статья посвящена анализу проблем и перспектив виртуальной валюты в современном мире, раскрытию сущности и особенностей криптовалюты, а также изучению возможных путей развития цифровой экономики в глобальных масштабах. Изучаемые вопросы интересуют многих современных исследователей, таких как Д. Кочергин, В. Кузнецов, А. Якубов, чьи идеи и суждения были использованы в данном исследовании.

Ключевые слова: криптовалюта, blockchain, виртуальная валюта, цифровые платежи, финансы, деньги, экономика.

Актуальность. Сегодня в мировой экономике наблюдается активный рост инноваций в сфере платежей и торговли, в первую очередь связанный с развитием технологии виртуальных денег, электронных платежей и криптовалют. Актуальность данного вопроса объясняется в невозможности полноценно раскрыть причины и предпосылки появления новой ветви эволюции в современной денежной системе. Ведь возникновение виртуальных валют можно назвать недооцененной технологической инновацией, поскольку их развитие имело начало никак не в банковском секторе, и осуществляется без надзора со стороны денежно-кредитных регуляторов.

Цель исследования. Главная цель исследования состоит в попытке раскрыть формальные и сущностные особенности современных виртуаль-

ных валют, дать им классификацию, определить перспективы электронных денег в национальных платежных системах.

Результаты исследования. В широком смысле появление виртуальных валют можно считать результатом эволюции электронных денег. С начала XXI века различные системы электронных денег углубленно исследовались многими аналитиками и учеными, в их работах была рассмотрена возможность эмиссии электронных денег. Однако до сих пор законодательная политика регулирования выпуска в оборот денежных знаков ограничивается лишь национальной валютой [2].

Рассмотрим основные особенности виртуальных валют:

– виртуальная валюта выпускается в цифровой форме (в форме криптографических записей), в то время как национальная валюта – в физической форме (в форме знаков стоимости);

– эмитентами виртуальной валюты являются исключительно частные финансовые учреждения или компании, а национальной валюты – только государственные денежно-кредитные регуляторы на монопольной основе;

– виртуальная валюта не эмитируется и не гарантируется какой-либо юрисдикцией. Она выполняет основные денежные функции исключительно по соглашению сторон только в рамках сетевого сообщества пользователей виртуальной валюты.

К основным преимуществам схем виртуальных валют для участников расчетов можно отнести:

- скорость выполнения операций;
- высокая анонимность при расчетах;
- низкие транзакционные издержки.

На рисунке 1 показано положение виртуальной валюты в денежно-кредитной системе.

		Денежный формат			Степень приемлемости
		Физический	Цифровой		
Законный статус	Эмиссия и обращение регулируются законом (фиатные деньги)	банкноты центральных банков; монеты государственных казначейств	депозитные деньги (деньги коммерческих банков); электронные деньги	Широкая приемлемость (в рамках всей национальной экономики)	
	Эмиссия и обращение не регулируются (частные деньги)	отдельные типы локальных и местных валют	виртуальная валюта («открытая валюта»)	Низкая приемлемость (в рамках только сетевого сообщества)	
		Однородные	Неоднородные		
		Наличие однородности			

Рис. 1. Матрица современных денег

Говоря о причинах интенсивного развития виртуальных валют, необходимо обратиться к многочисленным исследованиям данного вопроса. Однако, факторы, непосредственно оказывающие прямое воздействие на объемы операций с электронными деньгами, постоянно изменяются и теряют актуальность в силу их непрерывного совершенствования. К таким факторам можно отнести:

- безопасность;
- стоимость (величина издержек);
- удобство при использовании;
- риск потери;
- скорость обработки данных;
- устойчивость;
- другие факторы, связанные с устойчивостью, безопасностью, качеством маркетинговой и бизнес-моделью отдельной валюты.

Таким образом, в наиболее общем виде факторы влияния на рыночные перспективы использования виртуальных валют, можно подразделить на факторы спроса и факторы предложения [4].

На рисунке 2 показаны усредненные объемы ежедневных транзакций с использованием виртуальных платежных систем в мире (2019 год).

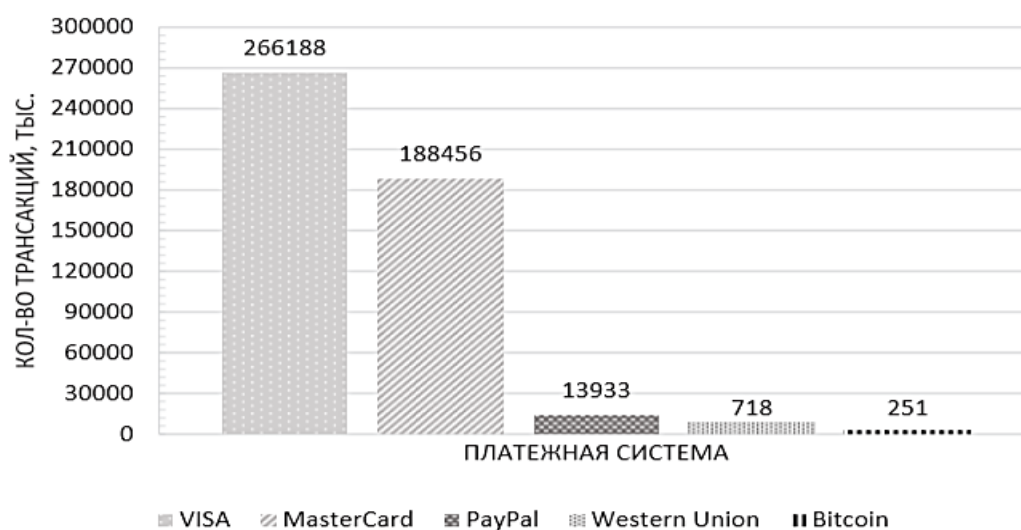


Рис. 2. Ежедневное количество цифровых транзакций с использованием виртуальных платежных систем (тыс. операций) [6; 7]

Исходя из данных, приведенных на рисунке 2, следует предположить, что количество операций по расчетам в сети с использованием инновационных методов оплаты напрямую зависит от так называемой «критической массы» пользователей. Это означает, что со стороны платежителей виртуальных валют должно быть достаточно большое количество владельцев, желающих использовать виртуальные валюты

в платежах, а со стороны торговых точек – достаточно большое количество продавцов, желающих принимать виртуальные валюты в качестве платежного средства. В таком случае «сетевые эффекты» (полезность сети для каждого из его участников) будут усиливаться в результате появления все большего количества новых участников расчетов в сети, которые в свою очередь посредством участия в ней смогут извлечь для себя определенную пользу [3].

Учитывая крупные объемы денежных средств, используемых в цифровых расчетах, целесообразно выделить три вектора развития виртуальных валют [5]:

1. Популяризация новых инновационных проектов по эмиссии и развитию расчетов криптовалютами в рамках закрытых виртуальных сообществ. В последнее время среднегодовые темпы диверсификации виртуальных валют составляли около 15%. Следовательно, можно ожидать рост капитализации и объема платежей, проведенных крупнейшими виртуальными валютами.

2. Использование технологии Blockchain крупными финансово-кредитными институтами для развития инструментов более безопасных и экономичных платежей на финансовом рынке.

3. Продвижение проектов по развитию виртуальных валют, в которых напрямую участвуют денежно-кредитные регуляторы. Так, центральные банки ряда стран, среди которых Великобритания, Канада, Австралия, Россия и Китай, изучают возможность создания собственной виртуальной валюты. В перспективе это позволило бы быстро достигнуть критической массы пользователей и максимально распространиться, а также ввести выпуск и обращение виртуальной валюты в определенное правовое поле.

Выводы. На основе проведенного аналитического исследования можно сделать следующие выводы:

1. Виртуальные валюты отличаются от национальных, обладая своими уникальными особенностями.

2. Наиболее значимыми критериями классификации виртуальных валют выступают с одной стороны возможность их свободно конвертировать, а с другой – организационно-технологические особенности их выпуска. Однако, на примере Bitcoin, мы видим, что конвертируемые децентрализованные виртуальные валюты вызывают наибольший спрос и интерес у сетевых пользователей.

3. Среди важнейших проблем, связанных с виртуальными валютами, следует отметить:

- а) отсутствие прозрачности в деятельности схем виртуальных валют;
- б) неясность правового статуса большинства виртуальных валют;
- в) отсутствие преемственности и потенциальная неликвидность виртуальных валют;
- г) высокая информационная и сетевая зависимость и др.

4. В настоящее время наиболее перспективными представляются проекты, ориентированные на выпуск виртуальной валюты центральными денежно-кредитными регуляторами. Это позволило бы быстро достигнуть критической массы пользователей и в полном объеме реализовать «сетевые эффекты».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Информационный сайт о Bitcoin и других криптовалютах. – URL : <https://blockchain.info> (дата обращения: 10.03.2020). – Текст : электронный.
2. Кочергин, Д. А. Электронные деньги : организация эмиссии, проведение платежей, регулирование оборота / Д. А. Кочергин. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2006. – 360 с. – Текст : непосредственный.
3. Кочергин, Д. А. Электронные деньги : учебник / Д. А. Кочергин. – Москва : Изд-во Маркет ДС; Центр исследований платежных систем и расчетов (ЦИПСиР), 2011. – 424 с. – Текст : непосредственный.
4. Кочергин, Д. А. Современная интерпретация и классификация платежных систем / Д. А. Кочергин. – Текст : непосредственный // Проблемы современной экономики. – 2016. – № 1 (57). – С. 93-96.
5. Кузнецов, В. А. О подходах в международном регулировании криптовалют (BITCOIN) в отдельных иностранных юрисдикциях / В. А. Кузнецов, А. В. Якубов. – Текст : непосредственный // Деньги и кредит. – 2016. – № 3. – С. 20-29.
6. CoinMarketCap, Crypto-currency market capitalizations. – URL : <http://coinmarketcap.com/> (date of the application 15.03.2020). – Text : electronic.
7. VISA International, Report. – URL : <https://investor.visa.com/annual-report-meeting/default.aspx> (date of the application 15.03.2020). – Text : electronic.

Научный руководитель: Костина Т.В., канд. экон. наук, доцент, Донецкий национальный университет, г. Донецк.

PLACE AND THE IMPORTANCY OD VIRTUAL CURRENCIES AT THE MODERN NATIONAL MONEY SYSTEMS

Author: Korablev A.A., student, fregat00@mail.ua.

Research supervisor: Kostina T.V., PhD in Economics, Associate Professor of Donetsk National University.

Abstract: The article is devoted to the analysis of the problems and prospects of virtual currency in the modern world, the disclosure of the essence and features of cryptocurrency and to the study of possible ways of a digital economy developing on a global scale. These questions were studied by many modern researchers, such as Kochergin D., Kuznetsov V., Yakubov A., whose ideas and judgments were used in this research.

Keywords: cryptocurrency, blockchain, virtual currency, digital payments, finance, money, economy.

РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В РАЗВИТИИ ТЕХНОЛОГИЙ МАРКЕТИНГА

Корытченкова Е.Е., студент

*ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет», ДНР,
г. Донецк*

Аннотация: Статья посвящена анализу современных маркетинговых концепций, основным инструментом реализации которых является Интернет, а также обоснованию эффективности применения социальных медиа для продвижения бизнеса.

Ключевые слова: технологии маркетинга, интернет-маркетинг, социальные медиа, продвижение бренда, бизнес, реклама.

Последние десятилетия количество пользователей интернета неуклонно растёт. Практически ни одна область деятельности человека на данный момент не обходится без применения IT-технологий. Поэтому колоссальное значение сейчас приобретает интернет-маркетинг, что является отличительной чертой постиндустриальной экономики. Интернет-маркетинг предполагает использование информационных ресурсов, в том числе социальных медиа, как никогда доступных широкой аудитории. Как показал анализ научных исследований, внимание вопросам применения IT-технологий в маркетинге уделяется относительно недавно в связи с тем, что интернет-маркетинг является стремительно развивающейся концепцией ввиду постоянно растущих возможностей Интернета. В настоящее время изучением данного вопроса занимаются такие авторы, как И. В. Ильичева, Л. Вебер, А. В. Ульяновский и др.

Сделать предприятие или бренд конкурентоспособным, а его товары и услуги востребованными помогают маркетинговые технологии. Маркетинг – это комплексная система управления деятельностью фирмы по разработке, производству и сбыту товаров и услуг на основе изучения рынка, реальных запросов и потребностей покупателей. Основной функцией маркетинга является необходимость заинтересовать потенциального клиента в приобретении конкретного товара. Соответственно, главный инструмент маркетинга – реклама. Технологии маркетинга – это методы, направленные на повышение конкурентоспособности и успешную деятельность предприятия в условиях рыночной экономики [1; 2].

Существуют различные каналы для продвижения товаров и услуг. Традиционными методами являются уличная реклама (баннеры и билборды), а также так называемая малобюджетная реклама – различные листовки, проспекты и визитки. Львиная доля продаж осуществляется также бла-

годаря телевизионной рекламе, и с появлением интернета появились принципиально новые возможности. Информационно-маркетинговые технологии – это ряд техник по ведению бизнеса к улучшению и увеличению продаж через продвижение продукции на рынок с применением новейших информационных технологий.

Если сравнивать с данными на 2014 год, во всем мире число интернет-пользователей увеличилось более чем на 1,9 миллиарда, т.е. на 75% за 5 лет [3]. Интернет предлагает неограниченный набор маркетинговых каналов, позволяющих увеличить объемы продаж в глобальном масштабе. Таким образом, основой бизнеса в настоящее время становится корпоративная Web-страница в интернете, ведь именно она формирует основное впечатление посетителя о компании и определяет их дальнейшее взаимодействие. Одним из мощнейших каналов сбыта являются социальные медиа. Социальные медиа – это средства массовой коммуникации и специальные технологии, которые используются в интернете для продвижения брендов, товаров и услуг среди пользователей сети, а также для организации живого общения поставщиков и потребителей этих товаров и услуг. Социальные медиа представляют собой современные интернет-ресурсы с реально действующими средствами связи, на которых публикуется какой-либо контент или ведутся обсуждения. Контент – информационное содержание сайта (тексты, графическая, звуковая информация и др.), а также книги, газеты, сборника статей, материалов и др. Уникальное свойство социальных медиа – интерактивность. Существуют следующие типы социальных медиа: блоги, форумы, социальные сети, новостные порталы, тематические площадки и другие специализированные ресурсы. Однако все функции и преимущества этих инструментов объединяет в себе социальная сеть, поэтому её роль в современных технологиях маркетинга очень велика. Возможности социальных медиа в маркетинге:

1. Позволяют быстро вывести новый продукт на рынок посредством размещения информации о нем в социальной сети. Миллионы пользователей платформы узнают об этом в короткие сроки, при этом отсутствует эффект «назойливой рекламы», так как эту информацию видит, в основном, целевая аудитория.

2. Привлекают целевую аудиторию к обсуждению продукта. Это обеспечивается таким свойством, как интерактивность, которое даёт возможность, например, при выпуске нового товара обсудить его дизайн с аудиторией, не изготавливая при этом миллионные партии продукта.

3. Заинтересовывают к приобретению продукта. Для социальной сети также применим принцип «сарафанного радио».

4. Привлекают к посещению сайтов. Узнав о продукте в социальной сети и заинтересовавшись им, пользователь с большей вероятностью посетит сайт компании.

5. Повышают конверсию продаж благодаря наличию обратной связи с потребителем, который имеет возможность в режиме реального времени задать вопрос напрямую производителю.

Минимизация рисков в бизнесе, обратная связь от потребителей, быстрый вывод новых товаров на рынок, оперативный запуск рекламных кампаний – всё это делает социальные сети незаменимым инструментом, к которому приковано внимание предпринимателей в последнее время. В связи с этим, рекламные бюджеты в США, РФ и других странах, выделяемые для рекламы в интернет-пространстве намного больше, нежели для прежних способов коммуникации с общественностью. По статистическим данным, самыми популярными в мире ресурсами являются поисковик Google и социальные сети, такие как Facebook, Instagram, Вконтакте (русскоязычный сегмент) и др. Например, в Instagram на данный момент совершаются продажи на миллиарды долларов, хотя 7 лет назад этой платформы еще не существовало. Агентство Zenith (Publicis Media) предоставило глобальный прогноз развития рекламного рынка в 2017-2020 гг. Расходы на интернет-рекламу в России за 2017 г. составили 35% от общих затрат, согласно данным Zenith [4]. В 2018 г. интернет-реклама выросла на 15% (рис. 1), а в 2020 г. составит 40% от всех рекламных затрат.

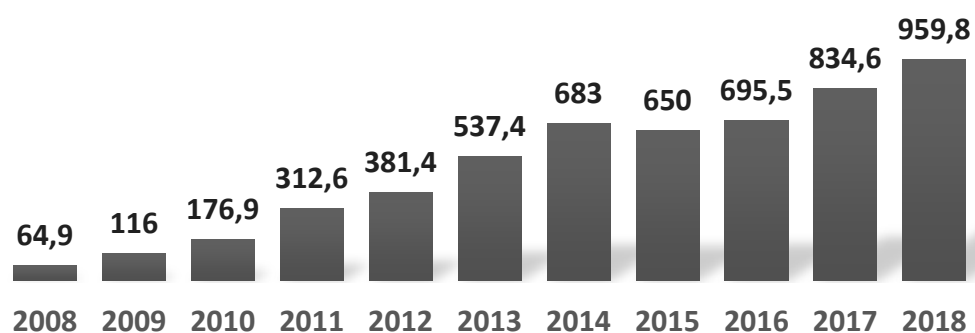


Рис. 1. Объем рынка интернет-торговли в РФ, 2008-2018 гг., млрд. руб

Другие медийные средства также переходят сейчас в социальные сети. Например, журнал Forbes и многие другие печатные издания ограничили тираж печатной продукции, вкладывая сэкономленные средства в развитие и продвижение своего сайта и сообщества в социальных сетях, где содержится основной контент. Пользовательские привычки в интернете тоже быстро меняются – на мобильные телефоны сейчас приходится почти половина времени, которое люди проводят в сети. Количество людей, использующих социальные сети, уже на протяжении пяти лет превышает аудиторию ТВ-каналов, поэтому даже федеральные каналы сейчас не обходятся без своих площадок в соцсетях (рис. 2). Российская аудитория соцсетей составляет 49% от общей численности населения – всего активных пользователей соцмедиа около 70 миллионов человек. В отличие от телевидения, в сети люди могут быть участниками, а не только зрителями.

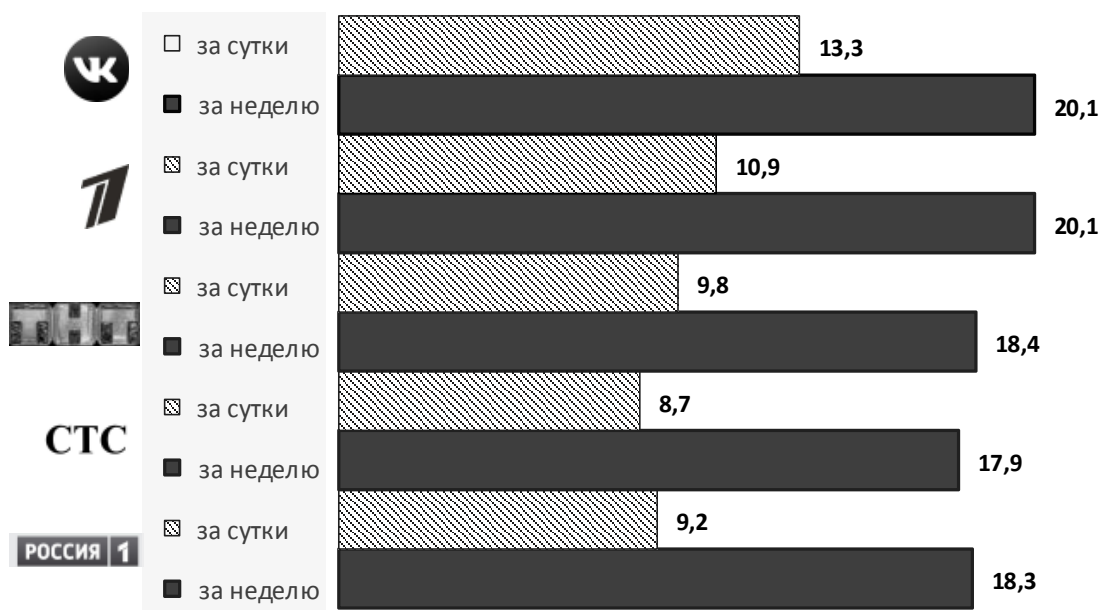


Рис. 2. Охват аудитории социальных сетей по сравнению с федеральными каналами, млн. человек [5]

Золотым эквивалентом в XXI веке считается информация. Находясь в Интернете, люди получают огромное количество информации и используют социальные сети, в том числе для того, чтобы потреблять контент в различных его формах – будь то видео, статьи и т.д. Поэтому любой продающей компании необходимо создавать контент – продающие тексты и видео, опросы и другие способы взаимодействия с аудиторией. Все это очень важно для развития малого бизнеса и личных брендов – люди предпочитают покупать что-либо, когда знают, кто конкретно стоит за данной компанией или брендом.

Массовое продвижение брендов, компаний или каких-либо информационных ресурсов в социальных сетях обусловило появление SMM-менеджмента (от англ. SMM – social media marketing). Поэтому в настоящее время на рынке труда имеется огромный спрос на специалистов в области SMM, в обязанности которых входит создание контент-плана, разработка стратегии продвижения блога или сообщества компании в интернет-пространстве. Все это позволяет создать новые рабочие места для людей разного возраста и квалификации, тем самым повысив уровень занятости населения в экономике.

Таким образом, проведенный анализ рынка интернет-торговли показал, что социальные сети являются очень мощным и незаменимым инструментом для развития как малого бизнеса, так и больших брендов, реализации продаж, что является одной из основных задач маркетинга. Такая тенденция, что немаловажно, создает растущую потребность в специалистах данного профиля, увеличивая число рабочих мест на рынке труда.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ильичева, И. В. Маркетинговые технологии: учебно-метод. пособие для студ. высш. учеб. завед. / И. В. Ильичева. – Ульяновск : Изд-во УлГТУ, 2012. – 158 с. – Текст : непосредственный.
2. Лунева, Е. А. Современные маркетинговые технологии : учеб. пособие / Е. А. Лунева. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2017. – 112 с. – Текст : непосредственный.
3. URL : <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>. – Текст : электронный.
4. URL : <https://www.zenithmedia.com/>. – Текст : электронный.
5. URL : <https://www.artox-media.ru/>. – Текст : электронный.

Научный руководитель: Шумаева Е.А., канд. гос. упр., доцент, Донецкий национальный технический университет.

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN THE DEVELOPMENT OF MARKETING TECHNOLOGIES

Author: Korytchenkova E.E., student, e.e.korytchenkova@gmail.com.

Research supervisor: Shumaieva E. A., PhD, reader of Donetsk National Technical University.

Abstract: The article is devoted to the analysis of modern marketing concepts, the main tool for the implementation of it is the Internet, as well as the justification of the effectiveness of social media for business promotion.

Keywords: marketing technologies, Internet marketing, social media, brand promotion, business, advertising.

УДК 65.01

АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПАО «НК «РОСНЕФТЬ»» И ПАО «СУРГУТНЕФТЕГАЗ»

*Курарару С.М., Кариева С.А., студенты
Шалаева М.В., канд. филос. наук, доцент
Филиал ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»
в г. Нижневартовск*

Аннотация. В статье рассматривается проблема корпоративной культуры. Дан анализ корпоративной культуры двух нефтегазовых компаний, занимающихся добычей на территории ХМАО-Югры – ПАО «НК «Роснефть»» и ОАО «Сургутнефтегаз»: обозначены достоинства и недостатки корпоративной культуры, оказывающие влияние на конкурентоспособность компаний.

Ключевые слова: корпоративная культура, ПАО «НК «Роснефть», ОАО «Сургутнефтегаз».

Проблема корпоративной культуры и ее значения в развитии нефтегазовых компаний особо актуальна в условиях современной конкуренции. Сегодня все чаще говорится о прямой связи между деятельностью организации и ее корпоративной культурой: уровнем дохода, ценой акций и чистой прибылью компании. Отсюда следует, что целенаправленное развитие корпоративной культуры выступает одной из важнейших задач менеджмента любой компании, стремящейся к успеху и стабильному положению на рынке. При этом корпоративная культура формируется и «разворачивается» себя вне зависимости от того, имеется ли в компании специальная служба по ее развитию или же нет.

Понятие «корпоративная культура» неоднозначно и многообразно. По мнению Б. Фегана, это идеи, интересы и ценности, разделяемые группой. Понятие включает в себя: то, для чего сотрудники занимаются различной работой, в рамках пользы для компании; то, как люди относятся к выполняемой работе в рамках собственной пользы; то, что позволяет сотрудникам работать в гармонии с различными оборудованьями и другими сотрудниками и т.п. Однако развитая корпоративная культура – это не только поддержание «здорового» отношения работника к своей профессиональной деятельности и хорошего взаимоотношения среди сотрудников, но и показатель конкурентоспособности компании. Элементами корпоративной культуры могут выступать: идеология компании (миссия, философия, ценности), культура внутренних коммуникаций (стиль управления, этический кодекс, фирменные стандарты), неформальная культура (легенды, мифы, герои компании, традиции и ритуалы), фирменный стиль (атрибутика, дресс-код).

Предметом данного исследования является корпоративная культура как фактор, влияющий на конкурентоспособность компаний.

Объект – корпоративная культура нефтегазовых предприятий – ПАО «НК «Роснефть» и ПАО «Сургутнефтегаз».

Цель – обосновать необходимость повышения уровня корпоративной культуры в целях поддержания конкурентоспособности организаций.

Исходя из открытых источников информации в сети Интернет, можно заметить, что ПАО НК «Роснефть» наряду с другими ведущими нефтегазодобывающими компаниями видит необходимость в развитии корпоративной культуры как имиджевой составляющей собственного бизнеса. Основные положения корпоративной культуры компании отражены в документе «Кодекс деловой и корпоративной этики НК «Роснефть». Предприятие ПАО НК «Роснефть» выделяет три основных направления корпоративной культуры:

1. Деловая этика.

В 2015 году компания ввела в действие новый кодекс корпоративной культуры, нацеленный на объединение всех ценностей и ориентиров в од-

ном официальном документе. Все сотрудники, работающие в данной компании, должны осознанно понимать, что соблюдение данного кодекса является обязательным. Соблюдение данных правил и ценностей, нацелено на формирование высококвалифицированной команды, а также помогает поддерживать взаимопонимание, как в самой компании, так и с партнерами и клиентами. Компания выделяет четыре главные ценности, предназначенные для соблюдения каждым работником: Лидерство, Результативность, Добросовестность, Безопасность.

2. Внутренние коммуникации и социологические исследования.

Внутренние коммуникации – один из главных факторов повышения уровня деятельности сотрудников. На сегодняшний день в «Роснефти» важными задачами выступают: информирование сотрудников о происходящих изменениях в компании, возможность обмена знаниями между сотрудниками различных подразделений. В компании на регулярной основе проводятся социологические исследования. Их целью выступает выявление слабых зон в знаниях сотрудников, проведение оценки информированности персонала по тем или иным вопросам компании. Стремление сохранить наследие предшествующих поколений и привить уважения к нему у молодежи проявляется в создании музеев компании «Роснефть» в регионах присутствия.

3. Корпоративные мероприятия.

Для большего сплочения коллектива и выявления индивидуальных качеств сотрудников в организации проводят три масштабных корпоративных мероприятия: конкурс профессионального мастерства «Лучший по профессии»; Зимняя и Летняя Спартакиады; фестиваль «Роснефть зажигает звезды»; участие в Национальном чемпионате рабочих профессий Worldskills.

Итак, корпоративная культура ПАО НК «Роснефть» включает в себя все необходимые элементы. Однако при всех достоинствах корпоративной культуры данной компании исследователями отмечается и недостаток – отсутствие в компании специализированного центра развития корпоративной культуры, механизма общей оценки эффективности воздействия корпоративной культуры на корпоративное развитие, механизма совершенствования корпоративной культуры в соответствии с меняющимися экономическими приоритетами и передовыми тенденциями научно-технического и технологического прогресса [1].

Основы корпоративной культуры другой нефтегазодобывающей компании – ПАО «Сургутнефтегаз» – отражены в единственном документе – «Положение о корпоративной этике ПАО «Сургутнефтегаз» (новая редакция от 05.10.2018 г.).

В целом системе управления данной компании свойственны: единоначалие, авторитарность, жесткая и стабильная организационно-штатная структура. При этом в качестве основы развития корпоративной культуры выступают ответственные практики в отношении персонала. Социальная политика компании нацелена на создание новых рабочих мест, дополнительные соци-

альные льготы и гарантии (отдых и оздоровление сотрудников, создание условий для удовлетворения культурных и социальных потребностей работников, поддержка пенсионеров и ветеранов компании и т.п.).

В качестве положительных черт корпоративной культуры ПАО «Сургутнефтегаз» можно также отметить действующие в компании неформальные культурные процедуры и церемонии: рационально организованная система обучения новых работников; проведение конкурса профессионального мастерства на звание «Лучший по профессии»; традиция отмечать день рождения компании; обряды по поводу окончания учебы, стажировки; совместное вне рабочее время препровождение. Для сотрудников и жителей города Сургута создан корпоративный музей.

Однако эмпирические исследования показывают, что преобладающая часть работников ПАО «Сургутнефтегаз» не имеет представления о корпоративной культуре компании: не знает ее миссии и цели; отмечает несправедливость как в распределении работ в подразделениях, так и в системе оплаты труда; отмечает излишнюю централизацию власти (отсутствие оптимальной связи локального руководства с сотрудниками подразделения). Как результат, работники не видят в качестве ведущего мотива трудовой деятельности престиж компании, отводя эту роль своему материальному благополучию. Им присущи: неудовлетворенность существующим уровнем правовой защищенности, материальным положением, административным продвижением [2].

В этой связи заметим, отсутствие у компании четко выраженной идеологии и Кодекса корпоративной культуры как основного средства внутренних коммуникаций на первый взгляд не снижают ее эффективность. Но данная управленческая стратегия может провоцировать развитие негативного отношения работников к работодателю и к своему делу, что в перспективе отрицательно скажется на стабильности развития компании.

Открытые источники, позволяющие провести сравнительный анализ корпоративной культуры двух нефтегазодобывающих компаний, представленных на территории ХМАО-Югры, показали – для руководства ПАО «НК «Роснефть» формирование и развитие корпоративной культуры имеет стратегическое значение. В компании четко оформлены базовые ценности корпоративной культуры, планомерно проводятся разного рода мероприятия, направленные на поддержание оптимальных деловых отношений между работниками, как по горизонтали, так и по вертикали. В ПАО «Сургутнефтегаз» при наличии положительных сторон корпоративной культуры, обнаруживается не достаточно сформированное ее ценностное ядро. В связи с этим в целях роста преуспевания компании видится необходимым: создание «Кодекса корпоративной культуры ПАО «Сургутнефтегаз», отражающего философию компании (ключевых ценностей и миссии); совершенствование систем культурной коммуникации (информирование персонала о стратегии и политике организации, эффективная обратная связь и т.п.), нематериального стимулирования работников.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Грищенко, Я. С. Корпоративная культура как компонент стратегии инновационного развития на примере ПАО «НК «Роснефть» / Я. С. Грищенко. – Текст : непосредственный // Научный альманах. – 2016. – № 4-1 (18). – С. 63-69.

2. Зайцева, С. П. Развитие корпоративной культуры нефтегазовой компании на основе использования ресурсов учебного центра профессионального образования (на примере ОАО «Сургутнефтегаз») / С. П. Зайцева. – Текст : непосредственный // Образование и наука. – 2016. – № 8 (137). – С. 38-51.

3. ПАО «НК «Роснефть» : [сайт]. – URL : <http://www.rosneft.ru> (дата обращения: 18.03.2020). – Текст : электронный.

4. ПАО «Сургутнефтегаз» : [сайт]. – URL : <http://surgutneftegas.ru> (дата обращения: 18.03.2020). – Текст : электронный.

5. Шапиро, В. Д. Корпоративный менеджмент / В. Д. Шапиро, Н. Г. Ольдерогге, В. И. Шеин. – Москва : Омега-Л, 2014. – 784 с. – Текст : непосредственный.

ANALYSIS OF CORPORATE CULTURE OF PJSC «NC «ROSNEFT» AND OJSC «SURGUTNEFTEGAS»

Authors: Kurararu S. M., student; skurararu@mail.ru; Karieva S. A., student; sona_karieva@mail.ru; Shalaeva M. V., candidate of philosophical sciences, associate Professor.

Abstract: The article deals with the problem of corporate culture. The analysis of the corporate culture of two oil and gas companies engaged in production on the territory of КХМАО-Yugra – PJSC «NC «Rosneft» and OJSC «Surgutneftegas»: the advantages and disadvantages of the corporate culture that affect the competitiveness of companies are identified.

Keywords: corporate culture, PJSC «NC «Rosneft», OJSC «Surgutneftegas».

УДК 334.7:33.06:001.8

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУЩНОСТИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОМПАНИИ

Лозовая В.А., студент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотация: Данная работа посвящена анализу подходов к определению понятия «финансовая устойчивость компании», проведена систематизация данного понятия с точки зрения разных авторов. Дано авторское определение понятия «финансовая устойчивость компании».

Ключевые слова: финансовая устойчивость, устойчивое развитие, бизнес-единица, хозяйствующий субъект, стабильность компании.

В современных рыночных условиях проблема устойчивого развития бизнеса не теряет своей актуальности. Существование предпринимательской структуры (организации, предприятия, бизнес-единицы) зависит от того, насколько быстро и успешно она адаптируется к изменениям внешней среды. Обеспечение устойчивого развития хозяйствующих субъектов является гарантией выживания и фундаментальной стабильности их рыночных позиций, предлагая преимущества в привлечении инвестиций, получении кредитов, выборе партнеров и привлечении квалифицированных кадров. Чем выше стабильность компаний, осуществляющих сделки, тем выше их адаптивность и независимость от изменений рыночной конъюнктуры. Это означает, что у компании меньше шансов обанкротиться. Необходимость решения проблем экономической и финансовой устойчивости предприятий и обеспечения их высокой адаптивности означает необходимость изучения и определения системы критериев и показателей, определяющих устойчивость, ее динамику и факторы, с одной стороны, и снижающих ее негативное влияние на финансовую устойчивость – с другой [3].

Цель данной работы состоит в авторском определении финансовой устойчивости компании с помощью систематизации подходов к определению данного понятия разными авторами. Прежде всего, следует дать определение понятию «устойчивое развитие компании» – совокупность производственных и управленческих процессов, направленных на решение возникающих вопросов в различных сферах деятельности компании, которые ведут к ее благоприятному развитию и сохранению стабильного состояния.

Относительно сущности и содержания понятия финансовой устойчивости существуют мнения различных авторов. После сравнения их подходов можно дать авторское определение понятия «финансовая устойчивость компании». Финансовая устойчивость является основной составляющей общей стабильности компании, а также является характерным показателем избытка дохода над расходами. С помощью изучения и расчета показателей, отражающих платежеспособность, ликвидность и финансовую стабильность, можно определить финансовое состояние компании, исходя из чего, определяется устойчива компания или нет. Понятие «финансовая устойчивость компании» используется в качестве обобщающего признака, что позволяет оценить компанию с точки зрения ее эффективности. Для анализа финансовой устойчивости предприятия целесообразно использовать методы, позволяющие в дальнейшем разрабатывать направления оптимизации формирования и использования денежных средств и формировать направления повышения финансовой устойчивости предприятия (рис.2).

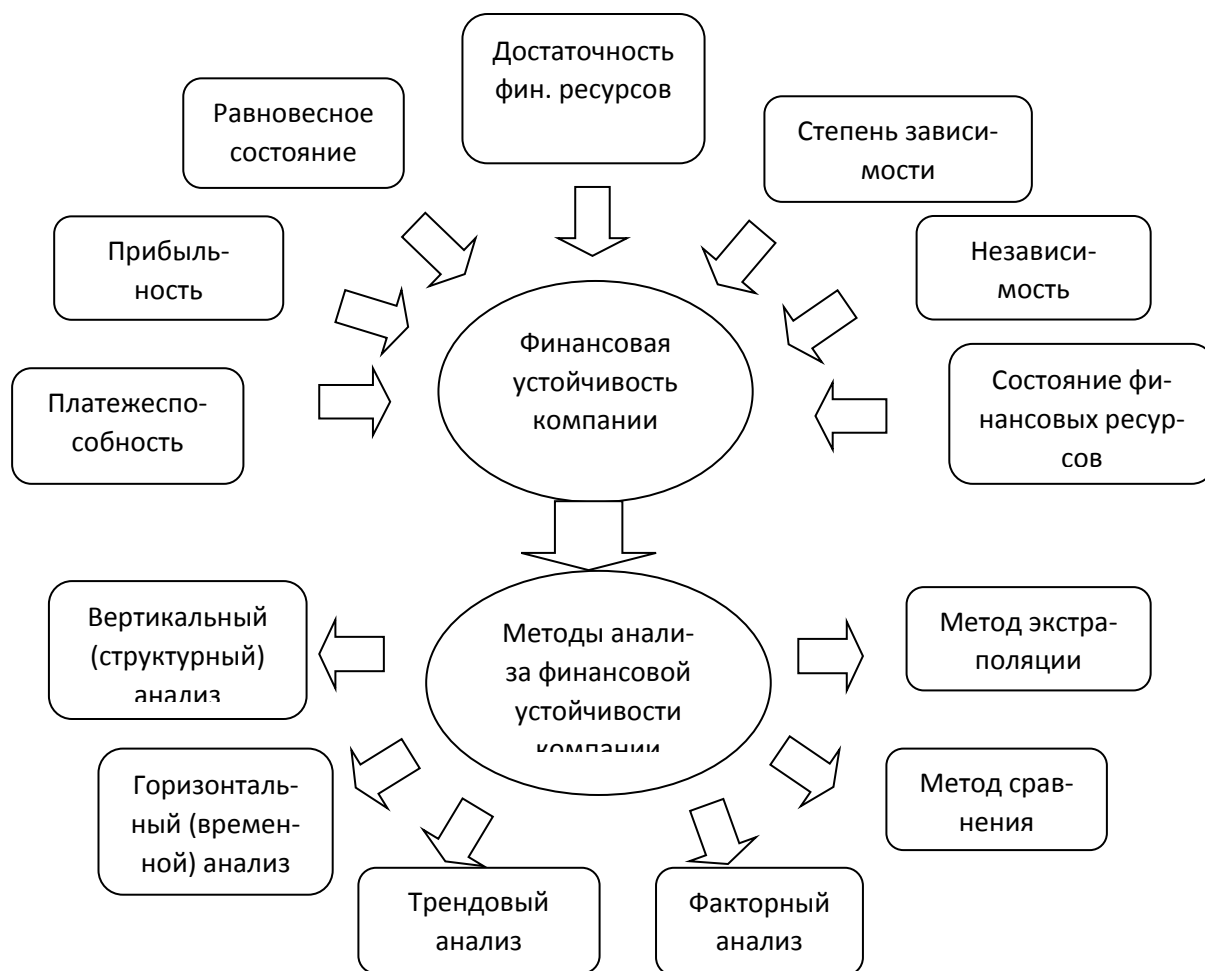


Рис. 2. Взаимодействие финансовой устойчивости компании с методами ее определения

На рис. 2 видно, что понятие финансовой устойчивости компании включает в себя такие показатели, как: платежеспособность, прибыльность, равновесное состояние, достаточность финансовых ресурсов компании, степень зависимости компании и ее независимость от кредиторов, состояние финансовых ресурсов, а для их определения используют различные методы. Таким образом, финансовая устойчивость компании напрямую связана с общей устойчивостью компании. Она является основной составляющей общей стабильности компании, а именно устойчива ли она под влиянием внешней среды. С помощью специальных показателей и методик определяется, устойчива компания или нет. Результаты данного исследования планируется применять для оценки факторов влияющих на финансовую и экономическую устойчивость компании.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник / Г. В. Савицкая. – Москва : ИНФРА-М, 2017. – 378 с. – Текст : непосредственный.

2. Гиляровская, Л. Т. Экономический анализ : учебник для вузов / под ред. Л. Т. Гиляровской. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 615 с. – Текст : непосредственный.

3. Кузьменко, О. В. Методические аспекты оценки устойчивости предпринимательских структур / О. В. Кузьменко, Е. В. Гриценко. – Текст : непосредственный // Экономическая наука и практика : матер. V Межд. науч. конф. – Чита : Молодой ученый, 2017. – С. 13-17.

4. Подчепалева, А. О. Понятие и сущность финансовой устойчивости предприятия / А. О. Подчепалева. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 5. – С. 132-134.

5. Шеремет, А. Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций : практическое пособие / А. Д. Шеремет, Е. В. Негашев. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 208 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: Бойко С.В., канд. экон. наук, ст. преподаватель, Донецкий национальный университет, г. Донецк, ДНР.

METHODOLOGICAL APPROACHES TO DETERMINING THE ESSENCE OF THE FINANCIAL STABILITY OF THE COMPANY

Author: Lozovaia V., student, valentina97loz@gmail.com.

Research supervisor: Boyko S, candidate of economic science, senior lecturer of the Department of international business and business administration of Donetsk National University.

Abstract: This work is devoted to an analysis of definition of "financial stability of the company". The concepts of different authors are systematized. The author gave definition of the concept "financial stability of the company".

Keywords: financial stability, sustainable development, concept analysis, concepts.

УДК 66

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ХИМИЧЕСКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Любимцев К.С., магистрант

ФГБОУ ВО «Череповецкий государственный университет», г. Череповец

Аннотация: В статье проанализировано состояние отрасли химической промышленности Российской Федерации на основе изучения статистического материала. Сделан вывод, что для дальнейшего повышения конкурентоспособности отрасли необходимо производство продукции высоких переделов.

Ключевые слова: экономика отрасли, химическая промышленность, анализ, статистика, конкурентоспособность.

Состояние развития химической промышленности является одним из важных индикаторов экономического развития государства. Она включает в себя производство по переработке и преобразованию ряда веществ, создание материалов с заданными свойствами, утилизацию и использование отходов других производств, улучшение качеств материалов и продукции. По количеству основных фондов химическая промышленность в Российской Федерации уступает лишь топливно-энергетическому комплексу, машиностроению и металлургии. Объем отгруженных товаров собственного производства химических веществ и химических продуктов составил в 2018 г. 3219 млрд. руб. [4].

Табл. 1. Основные показатели работы по виду экономической деятельности «Химическое производство» [2; 3]

Показатель	2014г.	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	Изменение 2018 г. к 2014г.	
						абсолютн.	темп роста, %
Объем отгруженных товаров собственного производства, млрд. руб.	2102	2670	2554	2743	3219	1117	153,1
Индекс промышленного производства, %	100,1	106,3	105,3	105,1	102,7	2,6	102,6
Среднегодовая численность работников, тыс. чел.	381	383	392	360	360,2	-20,8	94,5
Сальдированный финансовый результат, млрд. руб.	-27,13	356	526,78	301,55	276,1	303,23	-1017,7
Рентабельность проданных товаров, %	21	31,4	24,5	19	26,5	5,5	126,2

Экономические показатели, представленные в таблице 1, свидетельствуют о том, что отечественная химическая промышленность активно развивается: за последнее пятилетие химпроизводство выросло более чем на 50%. В отрасли занято более 360 тыс. чел., основные химические предприятия Российской Федерации сосредоточены в европейской части страны, а также на Урале и в Южной Сибири.

Доля химического комплекса в структуре промышленного производства Российской Федерации в 2018 г. составила около 7,3%, уступая добыче полезных ископаемых (24,7%), машиностроению (10%), производству и распределению электроэнергии, газа и воды (10%), металлургическому производству (13,6%) производству пищевой продукции (12,8%) [2].

Несмотря на увеличение производства химической продукции, вклад данной отрасли в валовой внутренний продукт страны составляет лишь около 1,5%. По сравнению с США и Китаем, где данный показатель достигает до 15%, это достаточно низкий показатель. Также стоит отметить, что по стоимостному объему отгрузок Российская Федерация не входит в десятку ведущих стран производителей, более чем в два раза уступая Южной Корее, где отрасль развивается в основном на импортном сырье. Доля России на мировом рынке химической продукции, который оценивается на данный момент примерно в 4 трлн. долл., составляет всего 1,25%. Для сравнения: у Китая этот показатель равен 39,6%. В то же время рост объемов производства позволяет наращивать экспортный потенциал. За рубеж поставляется примерно треть от произведенной продукции на предприятиях российского химического комплекса [6].

В 2014 г. была принята «Стратегия развития химической промышленности России до 2030 года» (далее Стратегия), согласно которой выпуск продукции вырастет с 2,3 трлн. руб. в 2012 г. до 8,6 трлн. руб., а доля в ВВП достигнет 2,07%. Стратегия ориентирована на выбор приоритетных направлений в развитии химической отрасли, привлечение государственных инвестиций, создание инновационных продуктов и др. [5].

В настоящее время производство продукции российского химического комплекса представлено в основном продукцией низких производственных переделов. Несмотря на наличие ключевых факторов для обеспечения конкурентоспособности на мировом рынке, таких как доступность сырья, наличие крупного внутреннего рынка, возможность для развития отраслевой науки и кадрового состава, потенциал развития химического комплекса страны не реализован в полной мере ввиду наличия барьеров и препятствий для развития отрасли. Их устранение, связанное с несоответствием сырьевого обеспечения отрасли, недостаточной емкостью внутреннего рынка, низкой эффективностью отраслевого регулирования и др., способно существенно повысить конкурентоспособность отечественного химического комплекса.

Объем инвестиций в химическую отрасль в 2018 г. составил 511,2 млрд. руб. против 430 млрд. руб. в 2017 г. (рис. 1). По этому показателю химический комплекс занял третье место среди всех отраслей российской промышленности (5,4%) после добычи полезных ископаемых (40,5%) и производства и распределения электроэнергии, газа и воды (21,9%) [2; 3].

Несмотря на то, что за 2018 г. динамика инвестиций достаточно высокая, их объем явно недостаточен. Следует признать, что химический комплекс в настоящее время можно считать недоинвестированным. Например, Китай за тот же период опережал нас по объемам вложений в химическую промышленность более чем в 10 раз. Для того чтобы рост был

действительно существенным, недостаточно делать акцент на крупные промышленные компании. Необходимо оказывать реальную поддержку представителям среднего и малого бизнеса, предоставлять им возможность реализовывать проекты, внедрять российские научные разработки.

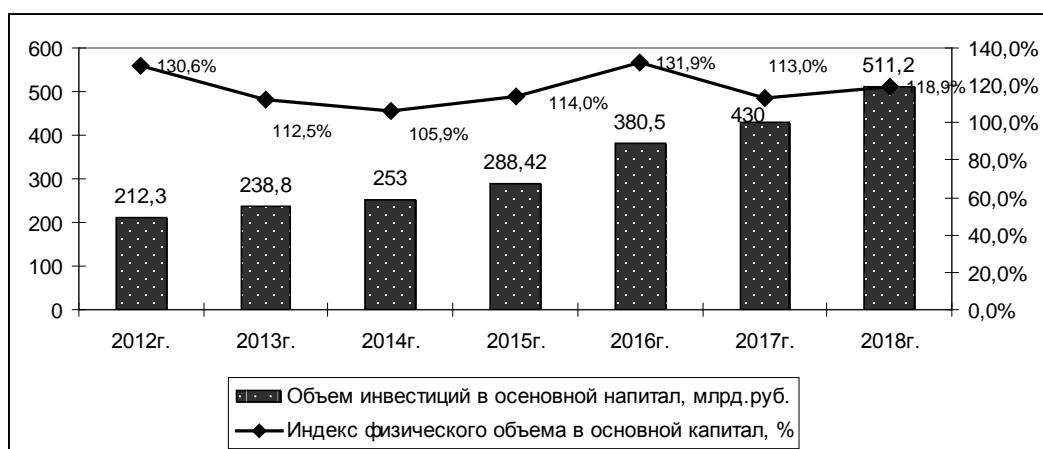


Рис. 1. Динамика инвестиций в химической отрасли Российской Федерации, млрд. руб. (в фактически действовавших ценах) [2; 3]

По итогам реализации первого этапа Стратегии [5] можно констатировать, что химический комплекс развивается по инновационному плану, демонстрируя положительную динамику по всем контрольным параметрам. С момента утверждения первой редакции Стратегии в 2014 г. было реализовано более 40 инвестиционных проектов. Главная задача текущего периода и ближайших 6 лет – это повышение конкурентоспособности российской химической промышленности на внутреннем и внешнем рынках. Продолжается начатая в 2015 г. работа по импортозамещению и обеспечению потребностей внутреннего рынка конкурентоспособной химической продукцией. Для этого запланировано 126 инвестиционных проектов более чем на 500 млрд. рублей в 39 субъектах Российской Федерации. Наиболее крупными инвестиционными проектами, реализуемыми в настоящее время, являются строительство производственного комплекса «Аммиак-карбамид-меламин» в Пермском крае, завода по производству полиэтилентерефталата пищевого и текстильного назначения в Кабардино-Балкарской Республике и комплекса по производству минеральных удобрений в Приморском крае.

Высокотехнологичные продукты требуют серьезных долгосрочных инвестиций, однако для крупных компаний это не всегда выгодно и целесообразно. Один из возможных вариантов и решений по развитию малотоннажной химии, в том числе в поддержку развития малого и среднего бизнеса, является развитие системы технопарков. В ближайшие годы за счет создания благоприятных условий для бизнеса в отрасль планируется привлечь от 40 млрд. долл. до 50 млрд. долл., в том числе от иностранных инвесторов [1].

Таким образом, химический комплекс Российской Федерации играет значимую роль в национальной экономике с точки зрения его вклада в занятость, объем отгруженных товаров и внешнеторговый баланс. В последние годы производство продукции российской химической промышленности стабильно растет, но его доля на мировом рынке остается незначительной, завоевать весомую долю в валовом внутреннем продукте пока не удастся. Для этого требуется строительство производств, связанных с выпуском продукции глубокого передела, таких как химические волокна, удобрения, лакокрасочные материалы, пластмассы и др.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Никитина, К. Л. Анализ основных показателей деятельности химической промышленности России / К. Л. Никитина, Д. А. Корнилов, Е. В. Корнилова. – Текст : непосредственный // Иннов. – 2017. – № 1 (30).
2. Российский статистический ежегодник. 2018. Стат. сб. – Москва : Росстат, 2018. – 694 с. – Текст : непосредственный.
3. Россия в цифрах. 2019 : Крат. стат. сб. – Москва : Росстат, 2019. – 549 с. – Текст : непосредственный.
4. Сокольский, В. М. Отрасль промышленности как объект экономико-географического исследования (на примере химической индустрии) / В. М. Сокольский. – Текст : непосредственный // Известия РАН. – 2011. – № 2. – С. 25-39.
5. Стратегия развития химического и нефтехимического комплекса на период до 2030 г. – URL : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_173997/. – Текст : электронный.
6. Шерстобитова, А. А. Химическая промышленность и современные проблемы ее развития в Российской Федерации / А. А. Шерстобитова, Э. Т. Феткуллова. – Текст : непосредственный // Вестник НГИЭИ. – 2015. – № 3. – С. 96-100.

Научный руководитель: Яшалова Н.Н., д-р. экон. наук, профессор, Череповецкий государственный университет.

DOMESTIC CHEMICAL INDUSTRY: STATE AND PROSPECTS

Author: Lyubimtsev K.S., master's student, lybimzevkirill36@gmail.com

Research supervisor: Yashalova N.N., professor of Cherepovets state University.

Abstract: The article analyzes the state of the chemical industry in the Russian Federation based on the study of statistical data. It is concluded that in order to increase the competitiveness of the industry, it is necessary to produce high-value products.

Keywords: industry economy, chemical industry, analysis, statistics, competitiveness.

СОДЕРЖАНИЕ ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГА И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ

Мадраимова А.Х., магистрант

Almaty Management University, Республика Казахстан, г. Алматы

Аннотация: В настоящее время современный мир трудно представить без интернета, появившись всего несколько десятилетий назад, он мгновенно проник во все сферы общества. В свою очередь интернет характеризуется постоянным увеличением аудитории, поэтому с целью большего охвата потенциальных клиентов компании расходуют огромные средства на интернет маркетинг.

Ключевые слова: маркетинг, интернет маркетинг, контекстная реклама, продвижение в сети интернет.

На экономическое развитие любой страны оказывает огромное влияние широкое распространение современных технологий, в особенности ИТ-технологий, так как каждое предприятие, в особенности крупные компании находятся в постоянном поиске новых рынков, с целью увеличения продаж. Таким образом, на данный момент Интернет является одним из таких способов. Для любой организации одним из наиболее эффективных способов для улучшения имиджа продвижения продуктов, и развития в целом является стратегия развития компании во всемирной паутине, так как масштабы развития международной торговли расширяются благодаря появлению новых технологий.

С появлением блогеров, форумов, социальных сетей, второстепенную роль начинает играть понятие «бренд», потому что мнение потребителей оставивших свои отзывы в «сети» все чаще начинает формировать спрос на тот или иной товар. Процесс приобретения товаров из другой страны стал более легким, вследствие улучшения логистики и внедрения новых технологий.

В связи с изменениями в экономической среде и влиянием технического прогресса за последние несколько лет в области интернет маркетинга было проведено множество исследований, которые изменили вектор развития маркетинга в интернете с теоретического на практический подход. В связи с неизбежными изменениями, происходящими в бизнес-среде, большое количество компаний меняют маркетинговую политику и в основном используют наиболее эффективный инструмент маркетинга – Интернет. Несомненно, в связи со сложившейся ситуацией, необходимо рассмотреть концепцию интернет маркетинга с различных точек зрения, а также действий, выполняемых информационной средой.

Концепция интернет маркетинга считается достаточно многоплановой и разнообразной, так как рассматривается с различных сторон марке-

тинговой деятельности, например, в качестве исследования спроса и продвижения товаров и услуг, проведения маркетингового исследования, позиционирования товара или услуг, проведения рекламных мероприятий, методологий организации маркетинговой деятельности.

В связи с тем, что информационные технологии, а именно Интернет-пространство присутствуют во всех сферах жизнедеятельности современной личности, интернет маркетинг способствует эффективной коммуникации с потребителями, использующими данный вид технологий. Существуют различные точки зрения, как ведущими зарубежными, так и российскими маркетингологами, что означает, стоит рассмотреть все точки зрения до выведения каких-либо выводов.

Следующее определение было дано В. Холмогоровым в работе «Интернет маркетинг»: «Интернет маркетинг – это набор специальных методов, которые позволяют владельцам корпоративных веб-ресурсов продвигать свой веб-сайт в Интернете и, таким образом, с помощью сетевых технологий извлекать дополнительную прибыль, раскручивая бренд своего предприятия» [7, с.54].

М. Г. Лужецкий, А. Е. Родионов сформулировали следующий подход к определению «Интернет маркетинга», назвав его необходимым комплексом мер для исследования сетевого рынка Интернета, в качестве специфического рынка используемого для эффективного продвижения и продажи товаров при помощи современных интернет-технологий [4, с.7]. В этой интерпретации учитывается такая маркетинговая проблема, как «эффективное продвижение и продажа товаров (услуг)», а также упоминается необходимость использования аппарата маркетинговых исследований в Интернете.

Д. Чефи, Р. Майер и другие зарубежные авторы отходят от чисто рекламных функций интернет маркетинга, формулируя данное определение, так как, по их мнению, интернет маркетинг способствует достижению маркетинговых целей (исследование клиентов, информирование о компании, продукте или услуге, разработка программ лояльности, поддержка продаж на онлайн-платформах) с использованием цифровых технологий [9, с.114].

Таким образом, можно сделать следующий вывод, основываясь на анализе литературных источников, в гипермедиа среде Интернета теорией и методологией маркетинга является интернет маркетинг, который обладает уникальными характеристиками, в значительной степени отличающийся от традиционных инструментов маркетинга. Гипермедийная природа является одним из основных свойств интернет-среды, которая характеризуется высокой эффективностью усвоения информации, что позволяет в значительной степени между предприятиями и потребителями укреплять отношения [3, с. 25].

Методы интернет маркетинга подразделяются на:

- методы продвижения и продажи;
- методы исследования рынка.

Методы исследования рынка включают в себя использование таких технологий как, оценка и учет интересов посетителей, прямая регистрация посетителей, онлайн-опросы и интерактивное взаимодействие. Для продвижения и продаж используются методы прямой рекламы – участие в онлайн-конференциях, вебинары, отправка электронных писем. Косвенную рекламу также включает вторая группа методов – тематические серверы, размещение платной рекламы на проходимых серверах, добавление бесплатных ссылок на все веб-каталоги, регистрация сервера в известных поисковых системах, размещение взаимных ссылок и рекламы на серверах-партнерах. Но основными методами интернет маркетинга, как показала практика, являются:

1. SEO оптимизация или поисковый маркетинг. Повышение позиции сайта является основной целью поискового маркетинга, в результате выдачи по запросу пользователей с последующим ростом выручки, а главной задачей является привлечение заинтересованной в определенных товарах и услугах целевой аудитории. Диапазон методов поискового маркетинга включает в себя:

- технические улучшения;
- оптимизацию контента;
- оценку и аудит веб-ресурса;
- увеличение массы ссылок.

Контекстные поисковые фразы и слова являются особенностью поискового маркетинга, так как именно с поисковых систем Яндекс, Google начинают свою онлайн-деятельность большинство интернет-пользователей. Кроме того, поисковый маркетинг представляет собой определение текущих тенденций спроса и предложения исследование общей ситуации в отрасли конкурентов, выявление текущих позиций и перспектив.

2. Мобильный маркетинг – это маркетинг для аудитории мобильного продукта, так как это действия направленные на продвижение продукта или услуги среди пользователей смартфонов, кнопочных телефонов, то есть всевозможных мобильных устройств. Данный метод считается наиболее эффективным, поскольку аудитория мобильных устройств постоянно расширяется с развитием технологий. Данные пользователи совершают покупки с помощью смартфонов, проверяют почту, просматривают сайты, а не только принимают звонки или пишут смс. Так как там находятся основные потребители, то и бизнес пытается перенести свои стратегии туда, поэтому сложно представить маркетинговую стратегию сегодня, которая бы не включала работу с мобильной аудиторией.

3. Таргетированная, контекстная, баннерная реклама. На различных тематических ресурсах или результатах поиска размещается контекстная реклама, так как в Яндекс или Google пользователь вводит конкретный запрос. Соответствующие рекламные объявления появляются в дополнение к списку

сайтов на странице, то есть, нажав на это объявление, пользователь может перейти на сайт. В отличие от контекстной рекламы баннерная реклама показывается всем пользователям Интернета независимо от их запросов и интересов, так как размещается в виде баннеров на сторонних сайтах. Для привлечения конкретной целевой аудитории интернет-магазинами активно используется таргетированная реклама, которая также часто используется социальными сетями, позволяющая найти клиента по необходимым критериям - возраст, интересы, гендерная принадлежность и т.д.

4. Партнерский маркетинг. Рекламодатель создает партнерскую программу, к ней может присоединиться любой желающий. Чаще всего партнерами являются владельцы веб-ресурсов, преследующие цель увеличения дохода от своих активов и для извлечения выгоды из своих знаний – интернет маркетологи. При помощи полученной специальной ссылки, партнеры могут разместить на рекламных каналах, разрешенных рекламодателем. Система связывает посетителя с партнером, если он нажимает на соответствующую ссылку. Партнер получает заранее согласованное вознаграждение, в случае если посетитель отправил контактную информацию или совершил покупку, то есть выполнил целевое действие на сайте [5, с.98].

Таким образом, проанализировав теоретические основы интернет маркетинга и его методам, необходимо отметить, что основной целью интернет маркетинга является продвижение товаров и услуг через Интернет, с использованием различных инструментов и механизмов – разработка веб-сайтов, контекстная реклама, информационные бюллетени по электронной почте, SEO-оптимизация, интернет-магазины, электронные доски объявлений.

Высокая точность определения целевой аудитории является несомненным преимуществом использования интернет маркетинга, так как оптимизирует поисковые системы по запросу клиента, а также интернет является более бюджетным вариантом для рекламодателя.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Белов, А. Интернет маркетинг / А. Белов. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2017. – 174 с. – Текст : непосредственный.

2. Борзак, А. Интернет маркетинг : основы или О чем забыл написать Котлер / А. Борзак. – Текст : электронный. – URL : http://www.prostobiz.ua/biznes/biznes_start/stati/internet_marketing_osnovy_ili_o_chem_zabyl_napisat_kotler.

3. Вебер, Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети / Л. Вебер. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 320 с. – Текст : непосредственный.

4. Дик, В. В. Электронная коммерция / В. В. Дик, М. Г. Лужецкий, А. Э. Родионов. – Москва : Московская финансово-промышленная академия, 2015. – 376 с. – Текст : непосредственный.

5. Капустина, Л. М. Интернет маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в Сети / Л. М. Капустина, И. Д. Мосунов. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015. – 102 с. – Текст : непосредственный.

6. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учебник / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 1071 с. – Текст : непосредственный.

7. Холмогоров, В. Интернет маркетинг : краткий курс / В. Холмогоров. – Санкт-Петербург : Питер, 2015. – 272 с. – Текст : непосредственный.

9. Internet Marketing : Strategy, Implementation and Practice / D. Chaffey, D. F. Ellis-Chadwick, R. Mayer, K. Johnston. – Pearson Education. 2016. – 579 p. – Direct text.

Научный руководитель: Рахимбекова Ж.С., канд. экон. наук, доцент Almaty Management University.

CONTENTS OF THE INTERNET MARKETING AND ITS VALUE

Author: Madraimova A.Kh., undergraduate, madraimova.97@gmail.com

Research supervisor: Rakhimbekova Zh.S., PhD in Economics, docent of Almaty Management University.

Abstract: At present, the modern world is hard to imagine without the Internet, having appeared just a few decades ago, it instantly penetrated all spheres of society. In turn, the Internet is characterized by a constant increase in audience, therefore, in order to reach more potential customers, companies spend huge amounts of money on Internet marketing.

Keywords: marketing, Internet marketing, contextual advertising, promotion on the Internet.

УДК 339

ВЛИЯНИЕ ЦВЕТА ДИЗАЙНА СМАРТФОНА НА УПРАВЛЕНИЕ ВРЕМЕНЕМ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

Мирзаханян А.А., студент

ФГБОУ ВО «Череповецкий государственный университет», г. Череповец

Аннотация: в статье рассматриваются некоторые аспекты влияния цвета интерфейса на времяпровождение пользователя в смартфоне. Предложены рекомендации по росту эффективности управлением временем современных пользователей. Приводятся результаты проведенного автором исследования по изучаемой теме.

Ключевые слова: психология цвета, маркетинг, эффективность, управление временем, пользователь.

Данная работа посвящается актуальной проблеме влияния цвета на восприятие пользователем продукта либо услуги. Современные психологи, маркетологи во всем мире активно изучают данный вопрос. Среди российских и зарубежных ученых-исследователей данную тему в различных аспектах изучали Л. С. Выготский, Е. Ф. Бажин, В. Тернер, К.-Г. Юнг и другие. В данной работе автором проведено оригинальное исследование, эксперимент и опрос, результаты которого приводятся ниже.

Одной из тенденций развития современного мира является его цифровизация, которая заполнила все сферы человеческой жизнедеятельности. Среди многочисленных цифровых технологий и гаджетов устойчивое призовое по популярности место занимают смартфоны. В среднем современный человек проводит в смартфоне до 5 часов в день [4]. Использование современных технологий имеет как плюсы, так и минусы, одним из них является возрастающая зависимость от виртуального взаимодействия, проведения времени в смартфоне.

Известно, что цвет играет важнейшую роль в поведении потребителя, в принятии решений, эти особенности активно используются маркетологами во всем мире. Они изучают воздействие цветовых оттенков продукта на потребительские предпочтения.

Одним из наиболее популярных гаджетов современности выступает смартфон, влияние цвета интерфейса которого стало предметом отдельного исследования в данной работе. В какой степени человек зависим от смартфона, насколько влияет дизайн интерфейса на данную зависимость, цветовая палитра – все это стало предметом изучения автора данного исследования.

Целью и задачами данной работы послужило выявление причин зависимости пользователей от смартфонов, предложение рекомендаций по выявленной проблеме. По мнению американского психолога М. Синклера, который исследовал восприятие цвета на человека, человеческий мозг делится на 2 типа полушария: "человеческий" мозг (human brain) – отвечает за рациональность и логическое мышление и "животный" мозг (animal brain) – отвечает за инстинкты. М. Синклер уверен, что именно яркие цвета в телефоне и много других ярких элементов, в частности иконок, вызывают у пользователя зависимость от телефона. Также, конечно, влияет ряд других причин, но яркие цвета – самый крупный сегмент влияния [5].

Известно, что большая часть людей, когда заходит в мессенджеры, чтобы ответить на сообщение отвлекается на яркие иконки других приложений. На этом этапе пользователи, не задумываясь, нажимают на яркие иконки и другие элементы смартфона. Крупные компании GOOGLE, FACEBOOK и другие знакомы с данной теорией и активно ее применяют. Безусловно, это считается манипуляцией над разумом, но используется компаниями для целей маркетинга.

Автором данной работы было проведено исследование с целью выявления факторов, влияющих на пользователя смартфона. Опрос проводился в социальных сетях и в личном контакте в период с 15 по 24 марта 2020 года. Количество участников опроса – 40 человек (мужского и женского пола от 14 до 25 лет). Содержание эксперимента состоит в следующем: до начала исследования каждый участник был ознакомлен с целью проводимого исследования, каждому участнику опроса после информирования был задан вопрос: «Хочу ли я, чтобы мной манипулировали в сфере использования интерфейса смартфоном?». Сначала все участники проходили опрос, затем на протяжении 3 дней меняли интерфейс своего смартфона на черно-белый режим, то есть меняли цветной интерфейс своего смартфона на черно-белый. В конце эксперимента участники проходили заключительный опрос. Результаты эксперимента показали, что такое кардинальное изменение цвета дисплея за короткий промежуток времени дало следующий результат:

- 40% участников сократили времяпровождение в интернете на 1,5 часа;

- у 39% изменилось отношение к смартфону, они начали ценить больше реальную действительность, а не виртуальную;

- но 42% участников на протяжении всего исследования поменяли интерфейс на исходный, на цветной. У каждого были свои причины этому (особенности работы, привычки, комфортность).

По мнению участников эксперимента, им было менее интересно заходить в черно-белый интерфейс смартфона и тратить свое время, при этом они чувствовали дискомфорт: сначала это было связано с резкой переменой цвета интерфейса, а затем из-за влияния цветов, ведь на психологическом уровне оттенки черного и белого цвета воспринимаются грустно и депрессивно. Поэтому сократилось количество времени, проведенное в смартфоне. К концу исследования 65% участников были согласны с данным утверждением: "Интернет – это утопия (место которого нет), под влиянием которого пользователи подвластны влиянию над своим разумом и мышлением".

Был также изменен фокус внимания пользователей относительно приложений смартфона. До эксперимента среди участников были популярны следующие приложения: Instagram, Вконтакте, Youtube, WhatsApp, Telegram, Tik-tok и приложения – помощники (переводчик, расписание ЧГУ, электронная почта), без этих приложений участники не могли провести свой день. К концу исследования для ежедневного использования были важны следующие приложения: Вконтакте, Telegram, Instagram и приложения – помощники (переводчик, расписание ЧГУ, почта). Таким образом, сократилось количество используемых приложений. Соответственно сократилась бессмысленная прокрутка ленты новостей, но увеличилось целенаправленное использование времени для конкретных и важных целей и задач.

Проведенный эксперимент подтвердил влияние цвета интерфейса смартфона на времяпровождение пользователя в смартфоне. Черный и белый цвет приносит скуку, но для многих жизнь в интернете кажется интереснее жизни в действительности, поскольку там всегда красочно и ярко. Это одна из причин предпочтения пребывать именно в виртуальном мире. Эксперимент доказал, что одним из факторов, который способен повысить эффективность управления своим временем является замена цветного интерфейса на черно-белый. Это позволяет сократить время пользователя в смартфоне, давая возможность сконцентрироваться на действительно важных задачах, управлять более эффективно своим временем.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Буймистру, Т. А. Колористика. Цвет – ключ к красоте и гармонии / Т. А. Буймистру. – Москва : Ниола-Пресс, 2010. – 222 с. – Текст : непосредственный.
2. Никулова, Г. А. Цветовое оформление учебных материалов и его влияние на восприятие информации / Г. А. Никулова. – Текст : непосредственный // Информационные компьютерные технологии в образовании. – 2006. – № 2. – С. 77-83.
3. Singh, V. Color Design for the Web / V. Singh. – Text : electronic. – URL : <http://www.coolhomepages.com/cda/color/>.
4. Сколько времени человек тратит на смартфон. – URL : <https://radiovesti.ru/brand/61816/episode/1495567/>. – Текст : электронный.
5. URL : <https://news.ru/technology/knopochnye-telefony-top-bor-ba-s-zavisimost-yu>. – Text : electronic.
6. URL : https://mosmonitor.ru/news/Technology/ekspertyi_nazvali_legkiy_sposob_lecheniya_zavisimosti_ot_iphone. – Text : electronic

Научный руководитель: Крылова Н.П., доцент, Череповецкий государственный университет.

INFLUENCE OF A SMARTPHONE DESIGN COLOR ON USER'S TIME MANAGEMENT

Abstract. The article reveals some aspects of the influence of the interface colour on the user's pastime with a smartphone. Some recommendations on increasing the time management efficiency are proposed. The results of the author's survey on the topic are presented.

Keywords: colour psychology, marketing, efficiency, time management, user.

К ВОПРОСУ МОДЕЛИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ГИБКОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Моисеева А.В., ассистент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотация: В научной работе рассматривается структура организационно-экономических ресурсов предприятия. Исследуются модели и методы, используемые в качестве инструментов управления организационно-экономической гибкостью предприятия, учитывающие особенности взаимодействия его организационно-экономических ресурсов.

Ключевые слова: моделирование, модель, метод, гибкость предприятия, организационно-экономические ресурсы.

В современных условиях развития экономики резервы традиционных приемов управления производством оказались исчерпанными. Поэтому возникла необходимость разработки новых механизмов повышения эффективности деятельности предприятий на основе использования научно обоснованных методов разработки и принятия решений с применением соответствующего математического аппарата и средств вычислительной техники. Существенное повышение эффективности деятельности предприятия можно достичь за счет совершенствования управления его организационно-экономической гибкостью. В свою очередь, управление организационно-экономической гибкостью предусматривает влияние на объем и структуру организационно-экономических ресурсов, а также источники формирования с целью повышения эффективности их использования. Поэтому для более эффективного управления организационно-экономической гибкостью на предприятии целесообразно иметь модели управления организационно-экономической гибкостью на нем, что обуславливает актуальность данного исследования. В данном исследовании целесообразно более детально рассмотреть структуру организационно-экономических ресурсов предприятия.

Организационные ресурсы предназначены для обеспечения соответствия кадровых, коммуникационных и информационных ресурсов требованиям гибкого реагирования организационно-экономических систем на изменения потребностей общества. Данные ресурсы включают:

1. Кадровые ресурсы – ресурсы, которые направлены на обеспечение их соответствия современным требованиям уровня профессиональной подготовки работников предприятия для достижения поставленных перед ним задач.

2. Коммуникационные ресурсы – это ресурсы, которые направлены на эффективность коммуникационных сетей в структуре управления предприятием.

3. Информационные ресурсы – совокупность внутренней и внешней информации, которая необходима руководству предприятия, а также всем его службам и подразделениям для достижения поставленной цели и ожидаемых результатов.

Экономические ресурсы предназначены для обеспечения соответствия эффективного использования технико-технологических, материальных и финансовых ресурсов требованиям гибкого реагирования организационно-экономических систем на изменения потребностей общества. Данные ресурсы включают:

1. Технико-технологические ресурсы – ресурсы, которые направлены на обеспечение максимально возможного их соответствия современным требованиям технико-технологического уровня предприятия для достижения поставленных перед ним задач.

2. Материальные ресурсы – это основные и оборотные средства производства, которые используются (или могут быть использованы) в производственном процессе и формируют его материально-вещественную базу.

3. Финансовые ресурсы – это денежные средства, формируемые при образовании предприятия, а также пополняемые в результате хозяйственной деятельности за счет продажи товаров, выполнения работ и оказания услуг, а также путем привлечения внешних источников финансирования.

Моделирование управления организационно-экономической гибкостью предприятия свидетельствует об объективной необходимости в совершенствовании методологического обеспечения процесса адаптивности его организационно-экономических ресурсов, направленного на оптимизацию структуры организационно-экономических ресурсов предприятия, то есть к улучшению качества производимой продукции, проведения кадровой политики, принятия результативных управленческих решений, а также повышению использования современных коммуникаций, и, как следствие, – к стремительному повышению финансово-экономической независимости предприятия, а также его конкурентоспособности на внутреннем и мировом рынках. Следовательно, управление организационно-экономической гибкостью предприятия должно включать в себя разработку моделей и методов, направленных на повышения уровня адаптивности данного процесса.

Если обратиться к определению понятия модель, приведенному в различных источниках [1; 2; 5], то оно звучит следующим образом: модель – это упрощенное отображение некоторого материального объекта или яв-

ления, сохраняющее, однако, некоторые важные его свойства. Иными словами, модель – это объект или явление в достаточной степени повторяющие свойства моделируемого объекта, существенные для целей конкретного моделирования, и опускающие несущественные свойства, в которых она может отличаться от объекта. В основе разработке моделей лежит совокупность неких правил и требований, которым должны удовлетворять их параметры. В свою очередь, анализ отечественной и зарубежной научной литературы [3; 4; 6] позволяет, определит понятие метода как, способ достижения какой – либо цели, решения конкретной задачи; совокупность приёмов или операций практического или теоретического освоения действительности.

Итак, моделирование управления организационно-экономической гибкостью предприятия, включает в себя следующие модели и методы:

- модель управления структурной динамикой кадрового потенциала предприятия;
- метод оптимизации коммуникационно-информационных структур управления предприятием;
- модель стратегии планирования организационно-экономических ресурсов предприятия.

В целом указанное выше методологическое обеспечение процесса управления организационно-экономической гибкостью предприятия представляет собой формализованный процесс:

- непрерывного совершенствования управления рациональным использованием организационно-экономических ресурсов предприятия, в условиях долгосрочной неопределенности внешнего окружения, содержание которого, сводится к постепенному осуществлению растянутых во времени управленческих;
- нововведений для устойчивого функционированию и развитию предприятия;
- разработки и принятия эффективных оперативных управленческих решений в проведении стратегических инновационных изменений во внутренней среде предприятия относительно рационального использования его организационно-экономических ресурсов;
- выбора результативных действий и принимаемых решений предприятием, которые ведут к разработке специфических стратегий, предназначенных для рационального использования его организационно-экономических ресурсов.

Таким образом, моделирование управления организационно-экономической гибкостью предприятия, учитывающее особенности взаимодействия кадровых, коммуникационных, информационных, технико-технологических, материальных и финансовых ресурсов, а также нечетко определенные условия внешней среды, направленно на достижение осно-

вополагающей цели – максимально-рациональное использование организационно-экономических ресурсов предприятия, для повышения его устойчивого функционирования и развития.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Душин, С. Е. Моделирование систем и комплексов : учеб. пособие / С. Е. Душин, А. В. Красов, Ю. В. Литвинов. – Санкт-Петербург : СПбГУ ИТМО, 2011. – 178 с. – Текст : непосредственный.

2. Звонарев, С. В. Основы математического моделирования : учеб. пособие / С. В. Звонарев. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. – 112 с. – Текст : непосредственный.

3. Кун, Т. Структура научных революций / Т. Кун. – Москва : АСТ, 2003. – 605 с. – Текст : непосредственный.

4. Москалева, Н. В. Методы экономических исследований : учеб. пособие / Н. В. Москалева, В. Д. Кузьменкова. – Смоленск : Изд-во Смоленской ГСХА, 2016. – 86 с. – Текст : непосредственный.

5. Советов, Б. Я. Моделирование систем : учебник для академического бакалавриата / Б. Я. Советов, С. А. Яковлев. – Москва : Юрайт, 2017. – 343 с. – Текст : непосредственный.

6. Фейерабенд, П. Избранные труды по методологии науки / П. Фейерабенд. – Москва : Прогресс, 1986. – 542 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: Егоров П.В., д-р экон. наук, профессор, ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк.

ON THE ISSUE OF MODELING MANAGEMENT OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC FLEXIBILITY OF AN ENTERPRISE

Author: Moiseyeva A.V., assistant, anna.moiseyeva@mail.ru

Research supervisor: Yegorov P.V., doctor of economics, professor of Donetsk National University.

Abstract: The research paper considers the structure of organizational and economic resources of the enterprise. The models and methods used as tools for managing organizational and economic flexibility of an enterprise that take into account the interaction of its organizational and economic resources are studied.

Keywords: modeling, model, method, enterprise flexibility, organizational and economic resources

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫМ БИЗНЕСОМ

*Мухаметова А.Ш., магистрант
Академия «Кайнар», Республика Казахстан, г. Алматы*

Аннотация: В настоящее время гостиничный бизнес является динамичным сектором экономики страны, важнейшей составляющей индустрии туризма и сферы обслуживания. В связи с высокой конкуренцией гостиничный бизнес должен реагировать на малейшие изменения условий. В статье приведены способы, методы и технологии для эффективного управления гостиничным бизнесом.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, управление, автоматическая система управления, менеджмент гостеприимства, управляющая компания.

Актуальность выбранной темы обосновывается стремительным развитием гостиничного бизнеса, как одной из областей сферы обслуживания. На сегодняшний день, несмотря на нестабильную экономико-политическую ситуацию в мире происходит рост туристского бизнеса и гостиничные услуги, как составляющий сектор индустрии туризма продолжает активно развиваться. Однако гостиничный бизнес находится в сложных условиях конкуренции и вынужден мгновенно реагировать на внешние и внутренние изменения условий. Чтобы выжить в данных условиях, необходимо учитывать особенности управления гостиничным бизнесом.

Типов гостиниц существует очень много: отель-люкс, гостиница среднего класса, гостиница-апартамент, гостиница экономического класса, мотель, отель-курорт и т.д. Для предоставления основных гостиничных услуг и осуществления процесса обслуживания клиентов в гостинице необходим набор основных служб: служба бронирования, служба обслуживания, служба приема и расчетная часть, служба эксплуатации номерного фонда и другие. А управление гостиничным бизнесом это непростая и энергоёмкая задача, для решения которой необходимы инновационные подходы и новые технологии. Четыре функции управления – планирование, организация, мотивация и контроль – имеют две общих характеристики: все они требуют принятия решений, и для всех необходима коммуникация, обмен информацией, чтобы получить информацию для принятия правильного решения и сделать это решение понятным для других членов организации. Из-за этого, а также вследствие того, что эти две характеристики связывают все четыре управленческие функции, обеспечивая их взаимозависимость, коммуникации и принятие решений часто называют связующими процессами [5].

Для понятия проблемы и принятия эффективного решения важным условием является наличие точной информации. Методом получения такой информации является коммуникация. На наш взгляд, один из эффективных способов и технологий для коммуникации и получения точной информации на предприятии является автоматизированная система управления (АСУ). Данная система позволяет решать вопросы оперативности, точности, слаженности работы персонала и функциональности предприятия. Внедрение автоматизированных систем имеет высокую цену, но целесообразность инвестиции обосновывается повышением производительности труда, достижением конкурентного преимущества, а также помогает максимально задействовать имеющиеся ресурсы. Автоматическая система управления для гостиниц имеет модульную архитектуру. Она включает в себя блоки, количество и характер которых формируются для каждого предприятия индивидуально. При этом выделим несколько модулей, являющихся универсальными. Программы автоматизации гостиницы обязательно включают в себя:

- модуль менеджеров – его внедрение во внутреннюю систему обеспечивает эффективность управленческих решений, своевременность корректировки сведений о госте или состоянии номерного фонда, дает возможность поддерживать связь с клиентами путем обмена сообщениями;

- модуль администрации – в его задачу входит аккумуляция сведений о состоянии номеров, стоимости, статусе, ряде других параметров, также на этом уровне создаётся право доступа к внесению изменений в размещённые сведения;

- модуль резервирования – автоматизированные системы бронирования гостиниц повышают лояльность клиентов, ведь гости сами выбирают способ оформления брони, делают это онлайн или на рецепции, при любом способе оформления заявки получают распечатку подтверждения, кроме того, есть возможность оплаты услуг картой;

- модуль обслуживания – используется для контроля действий горничных, получения данных о состоянии номеров.

Существует множество предложений, с помощью которых может проводиться автоматизация отеля. Среди достаточно известных можно отметить:

Ещё один действенный способ управления гостиничным бизнесом является сотрудничество с управляющей компанией. Для организации более эффективной и успешной работы гостиницы многие владельцы отелей привлекают управляющие компании. Данная практика получила широкое распространение в связи с тем, что управляющая компания имеет многолетний опыт, на который можно положиться, что в свою очередь приводит к более прибыльной деятельности предприятия. Управляющая компания оказывает услуги по управлению гостиницей и генерирует доход в качестве оператора от имени владельца после заключения соглашения об

управлении гостиницей. Существует два типа управляющих компаний: независимая и управляющая гостиничной сетью (брендовая).

Оператор, управляющий гостиничной сетью, обычно управляют крупными отелями, объединенными единой торговой маркой, например, Ritz-Carlton, Intercontinental, Mercure, Rixos, Marriott и др. В данном случае владелец гостиницы оплачивает оператору за услуги управления, использование торговой маркой и другие услуги. Плюсом данного типа оператора в первую очередь является привлечение лояльных постояльцев и финансирования за счет бренда, также предоставление программного обеспечения, обучение персонала, инструкции и др. К недостаткам относится снижение дохода из-за необходимости выплаты роялти, высокие требования к местоположению и характеристике объекта, более жесткие условия договора и т.д. Независимый оператор не предоставляет бренд, а занимается только управлением гостиницы. Данной услугой обычно пользуются небольшие и средние по величине отели, либо отели которые связаны франчайзинговыми отношениями с другой компанией. Из плюсов можно назвать более гибкие условия договора, открытость всех финансовых потоков для владельца, меньше расходов и больше прибыли по сравнению с брендовым оператором.

Таким образом, можно сделать выводы:

- необходимо применять инновационные подходы и новые технологии;
- для принятия эффективного решения необходима точная информация, которую можно получить с помощью коммуникации;
- автоматическая система управления позволяет решать вопросы оперативности, точности, слаженности работы персонала и функциональности предприятия;
- для организации более эффективной и успешной работы гостиницы можно привлечь управляющую компанию.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Браймер, Р. А. Основы управления и индустрии гостеприимства / Р. А. Браймер. – Москва : Аспект Пресс, 1995. – 326 с. – Текст : непосредственный.
2. Дербина, Ю. Особенности управления гостиничным предприятием: курсовая работа / Ю. Дербина. – Архангельск, 2006. – 31 с. – Текст : непосредственный.
3. Кабушкин, Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов : учеб. пособие / Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко. – Минск : Новое знание, 2001. – 216 с. – Текст : непосредственный.
4. Кожевникова, Ю. Как осуществляется управление отелем и распределяется прибыль, 2016. / Ю. Кожевникова. – Текст : электронный. – URL : [https://tranio.ru/articles/kak-osuschestvlyaetsya-upravlenie-otelem-i-rasprede lyetsya-pribyl/](https://tranio.ru/articles/kak-osuschestvlyaetsya-upravlenie-otelem-i-rasprede-lyetsya-pribyl/).

5. Менеджмент. Основные функции управления : планирование, организация, мотивация и контроль. – URL : <http://menedzhmenti.ru/page35/index.html>, свободный. – Текст : электронный.

6. Рогова, И. А. Гостиничный бизнес в современных условиях: актуальные тенденции и проблемы развития / И. А. Рогова. – Текст : непосредственный // Научный журнал «Вестник университета». – 2018.

7. MaxiBooking. Программы управления и бронирования для отелей. – URL : <https://maxi-booking.ru/blog/avtomatizatsiya-gostinits/>, свободный. – Текст : электронный.

8. StudRef.com. Управляющие компании в индустрии туризма, 2017-2020. – URL : https://m.studref.com/622135/turizm/upravlyayuschie_kompanii_industrii_turizma, свободный. – Текст : электронный.

9. TourFAQ.net. Автоматизированные системы управления гостиницами, 2015. – URL : <http://tourfaq.net/hotel-business/avtomatizirovannye-sistemy-upravleniya-gostinitsami/>, свободный. – Текст : электронный.

HOTEL BUSINESS MANAGEMENT FEATURES

Author: Mukhametova A.Sh., 2-year master, specialty management, azizamuhametova@mail.ru, Kainar Academy, Almaty, Kazakhstan.

Abstract: Today the hotel business is a dynamic sector of the country's economy and the most important component of the tourism industry and the service sector. Due to high market competition, the hotel business must respond flexibly to any changes. The article provides ways, methods, and technologies for effective hotel business management.

Keywords: hotel business, management, automatic management system, hospitality management, management company.

УДК 338.24

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ GR-МЕНЕДЖМЕНТА КАК ФАКТОРА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА И ОБЩЕСТВА

Новохрост М.С., студент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотация: В данной статье была рассмотрена сущность GR-менеджмента как инструмента создания коммуникации между государством и обществом, определены основные модели взаимодействия, дана характеристика зонам взаимоотношений. На основе полученного результата были выделены основные преимущества от использования GR и опре-

делено его значение как для государства и общества, так и для развития экономики в целом.

Ключевые слова: государство, общество, GR-менеджмент, взаимоотношения.

Актуальность. Одной из главных проблем современного общества в условиях глобальной коммуникации является создание эффективного взаимодействия между органами власти и общества, которое позволит оперативно реагировать на запросы и все возможные изменения в социуме, тем самым действенно решать задачи и существующие проблемы. В связи с этим особо актуальным становится вопрос появления новых коммуникативных технологий, способных осуществить функции представительства и посредничества между властью и обществом.

Степень изученности проблемы. Изучением GR-менеджмента занимались такие зарубежные и отечественные ученые как Р. Доннер, А. Алипатов, Т. Игнатова, Н. Кетова, Г. Овчаренко, К. Хлебников и др. Однако в условиях глобализации и динамичности общества данная проблема является актуальной и требует дополнительного изучения.

Целью статьи является анализ теоретических основ GR-менеджмента как фактора повышения эффективности взаимодействия государства и общества.

Основная часть. Современный этап развития экономики характеризуется тем, что многие организации и предприятия нуждаются в эффективном взаимодействии с органами власти. Одним из инструментов, способных наладить данную коммуникацию является Government relations management. GR-менеджмент представляет собой деятельность по управлению взаимодействием организации с государственными и муниципальными органами власти для повышения эффективности организации и минимизации рисков исходящих от государства. Данное понятие получило широкое распространение после Второй мировой войны и использовалось в целях государственного регулирования и контроля в сфере экономики [5, с.238-252]. С развитием корпораций и массового производства GR-менеджмент стали применять как средство PR (связи с общественностью) с целью формирования положительного имиджа у национальных органов управления, так и международных регулирующих структурах.

А. В. Павроз определяет GR-менеджмент как «деятельность по выстраиванию отношений между различными общественными группами (бизнес-структурами, профессиональными союзами, добровольческими организациями пр.) и государственной властью, включающую в себя сбор и обработку информации о деятельности правительства, подготовку и распространение информации о позициях представляемых групп, влияние на процессы принятия политических и административных решений» [5, с.238-252]. В свою очередь, А. В. Зобнин утверждает, что «GR-менеджмент – это

система управления взаимодействием бизнес-сообщества и общественного сектора с органами государственной власти в процессе проектирования и реализации совместных социально значимых проектов и программ, удовлетворения осознанных потребностей граждан посредством предоставления социальных услуг» [2].

Таким образом, можно утверждать, что главной целью GR-менеджмента является создание конструктивного диалога между государством и обществом на долгосрочной основе с обоюдной выгодой. Такой диалог возможен на основе трех моделей взаимоотношений В. Ф. Уколова [7], который выделил сетевую модель взаимодействия (перенос различных коммуникаций на виртуальные электронные площадки; как правило, модель характерна для государств с развитой инфраструктурой), кластерную (направлена на объединение и концентрацию ресурсов государства и предпринимателей на территории с отдельными кластерными образованиями) и корпоративную (характеризуется объединением населения, бизнеса и власти в системе социально-экономических отношений для развития собственных территорий) исходя из многоаспектности и многогранности данных отношений. В свою очередь, Е.Г. Ясин выделил три зоны в отношениях общества и государства [8, с.7]:

- белая зона – это официальные взаимоотношения в сфере налоговой политики, административных и денежно-финансовых связей;
- черная зона характеризуется использованием правозаконных и коррупционных механизмов;
- серая зона – это неформальные отношения, не регулирующиеся законодательно, но не нарушающие закона.

Также на практике выделяются плюралистическую и некорпоративистскую модели [3, с.153; 1]. Первая базируется на том, что составные элементы общественной системы находятся в определенной взаимозависимости, что исключает господствующую роль одной из частей целостной системы, вторая предполагает создание и функционирование институциональных форм взаимодействия государства и общества (различные объединения работодателей и профсоюзов). Они должны иметь привилегии и возможности участвовать в процессе разработки законодательных и политических решений, а также нести ответственность и обязательства по содействию государственным органам в управлении общественными процессами.

Еще к формам, повышающим эффективность взаимодействия государства и общества можно отнести «модели отношений» Н. Ю. Лапиной и А. Е. Чириковой [4]:

1. Модель «подавления и принуждения». Данная модель основывается на давлении со стороны власти через административные методы, и может проявляться в виде требований государства в инвестициях бизнес-общества в социально-экономические программы и проекты. В данном случае государство осуществляет полный контроль за действиями организаций.

2. Модель «патронажа» предполагает государственную поддержку предпринимателей за счет обеспечения доступа к контролируемым властью ресурсам в обмен на поддержку социальных программ и проектов.

3. Модель «невмешательства» основывается на бездействии власти по отношению к обществу и общественным организациям.

4. Модель «партнерства» предполагает достижение компромиссного решения между государством и обществом. Данная модель является наиболее оптимальной и исходит из принципа «выгодно каждому – выгодно всем». В рамках модели «партнерства» происходит взаимовыгодный обмен ресурсами, что в целом стимулирует установление взаимоотношений между участниками.

Важно подчеркнуть, что на практике часто GR-менеджмент рассматривают как функцию менеджмента, осуществляющую информационную, аналитическую, коммуникационную, регулирующую и защитную деятельность с учетом интересов общества в государственной структуре. При этом необходимо понимать, что взаимоотношения между государством и обществом – это сложная система, имеющая многогранную и интегрированную область общественных отношений, которые находятся под влиянием ряда факторов: политических, экономических, социальных и иных, определяющих особенности данных отношений и их специфику, а, следовательно, можно утверждать, что GR-менеджмент будет иметь разное значение для каждой коммуникационной связи и соответственно выполнять необходимую функциональную нагрузку. Таким образом, GR – это универсальный, гибкий и много ресурсный инструмент коммуникации.

Рассматривая GR-менеджмент как фактор повышения эффективности взаимодействия государства и общества можно отметить, что он направлен, прежде всего, на регулирование и управление рисками. В связи с этим, любая организация должна осуществлять свою деятельность в рамках правового поля государства. Это позволит минимизировать потери как в финансовой, так и не финансовых сферах при принятии государством тех или иных решений. В данной ситуации GR может выступать в роли инструмента по управлению рисками, что во многом обуславливает его востребованность в компаниях, деятельность которых зависит от контролирующих и регулирующих органов и государственных природных ресурсов.

Еще одной особенностью GR-менеджмента является возможность его использования как одного из основных стейкхолдеров государства перед обществом. В соответствии с теорией стейкхолдеров Р. Акоффа и Р. Фримена, организации должны учитывать интересы всех заинтересованных в ее деятельности сторон (стейкхолдеров), в том числе и государства. К стейкхолдерам, как правило, относят владельцев, менеджеров и персонал компании – внутренние стейкхолдеры, а также покупателей, поставщиков ресурсов, государство, местное сообщество (социум) и общественные группы (организации) – внешние стейкхолдеры [6, с.60].

Таким образом, GR-менеджмент позволяет устанавливать партнерские взаимоотношения между государством и обществом, тем самым сочетая преимущества и ресурсы государственного сектора и возможности частного сектора для реализации общих целей за счет интегрирования организационно управленческого и финансово-экономического потенциала предпринимательского сектора в процесс решения общенациональных и государственных задач на основе системы разнообразных экономических стимулов и мотивационных механизмов. В данном случае GR-менеджмент выступает формой прямого воздействия государства на экономику, тем самым создавая предпосылки для эффективного государственного регулирования социально-общественных процессов по средствам установления обратной связи и своевременного выявления и учета реакции бизнес-структур на принимаемые решения органами власти.

В целом, GR-менеджмент – это современный инструмент налаживания эффективного взаимодействия государства и общества, направленный на ликвидацию барьеров развития общества и укрепление рыночных механизмов и экономики в целом.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гайнутдинов, Р. И. Модели взаимодействия бизнеса и государства в глобализирующемся мире: сравнительный анализ / Р. И. Гайнутдинов. – Текст : непосредственный // Проблемы современной экономики. – 2006. – № 1/2 (17/18). – С. 121-124.

2. Зобнин, А. В. GR-менеджмент на новом этапе развития / А. В. Зобнин. – Текст : непосредственный // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. – 2012. – № 2. – С. 78-86.

3. Кисель, К. Ю. Модели взаимодействия бизнеса и власти / К. Ю. Кисель. – Текст : непосредственный // Власть и бизнес : коммуникационные ресурсы. Сб. научн. ст. Серия : Коммуникативные исследования. – Москва : НИУ ВШЭ, 2011. – Вып. 5. – С. 133-172.

4. Лапина, Н. Ю. Региональные элиты РФ : модели поведения и политические ориентации / Н. Ю. Лапина, А. Е. Чирикова. – Москва : ИНИОН РАН, 1999. – 267 с. – Текст : непосредственный.

5. Павроз, А. В. Government Relations как институт социально-политического взаимодействия / А. В. Павроз. – Текст : непосредственный // Политическая экспертиза. – 2005. – № 2. – С. 238-252.

6. Попов, С. А. От теории стейкхолдеров – к реализации концепции общих ценностей / С. А. Попов, Л. Л. Фомина. – Текст : непосредственный // Российское предпринимательство. – 2013. – № 2 (224). – С. 60-65.

7. Уколов, В. Ф. Взаимодействие власти, бизнеса и общества : учебник / В. Ф. Уколов. – Москва : Экономика, 2009. – 312 с. – Текст : непосредственный

8. Ясин, Е. Г. Бремя государства и экономическая политика / Е. Г. Ясин. – Текст : непосредственный // Вопросы экономики. – 2002. – № 11. – С. 4-30.

Научный руководитель: Некрасова О.Л., д-р. экон. наук, профессор.

THE ORETICAL FOUNDATIONS OF GR-MANAGEMENT AS A FACTOR OF INCREASING THE EFFECTIVENESS OF INTERACTIONS OF THE STATE AND SOCIETY

Author: Novohrost M.S., 4th year student, Department of National and Regional Economics, novohrostt@mail.ru.

Research supervisor: Nekrasova O.L. dr. economy sciences, professor, Donetsk National University, Donetsk, DPR.

Abstract: In this article, the essence of GR-management was considered as a tool for creating communication between the state and society, the basic models of interaction were determined, and the characteristics of the relationship zones were given. Based on the result, the main advantages of using GR were identified and its significance was determined both for the state and society, and for the development of the economy as a whole.

Keywords: state, society, GR-management, mutual relations.

УДК 336.22:004.9

МОДЕЛЬ ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМЫ УПРАВЛЕНИЯ НАЛОГОВЫМ РЕГУЛИРОВАНИЕМ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

Плеханова Н.А., студент

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики», ДНР, г. Донецк*

Аннотация: В статье рассмотрена модель цифровой платформы управления налоговым регулированием. Определены вспомогательные задачи для создания эффективной платформы цифрового управления. Представлена модель в информационном и объектном измерениях.

Ключевые слова: цифровая платформа, налогообложение, цифровая экономика, административные структуры, информационное измерение.

Актуальность выбранного направления обусловлена тем, что современный мир требует трансформации общественных отношений, включая социальные процессы, социальные системы, общественные институты при этом, с учетом цифровизации. Основными технологиями, формирующими ландшафт данной формации, являются электронные коммуникации.

Важность обозначенной проблематики, как с теоретической, так и практической стороны, не вызывает сомнения. Именно поэтому научному

поиску в сфере цифровизации налогового регулирования посвящены труды многих зарубежных ученых, таких как: Й. Д. Абербач, М. Бесфамилле, В. Донг, Т. Кристенсен, Ц. П. Сиритто, А. Хансфорд, Дж. Хасселдин. Научное наследие отечественных ученых в очерченной области характеризуется работами В. П. Вишневого, И. А. Майбурова, М. В. Мишустина, Р. М. Ямилова, Б. Г. Шелегеды, П. С. Гурия.

Цель исследования – разработка модели цифровой платформы управления налоговым регулированием хозяйствующих субъектов в информационном и объектном измерениях.

Основой любого управления являются социальные процессы. Поэтому элементарное управление является целевым воздействием на социальный процесс. Построение цифровой платформы управления формирует необходимость реорганизации существующих организационных структур, которые будут входить в состав трех укрупненных блоков, и, впоследствии, дифференцированы по отношению к социальным процессам [2]:

- фискальный блок (ответственность за накопление средств);
- управленческий блок (ответственность за распределение средств);
- блок развития (ответственность за целевое расходование финансовых средств).

В связи с вышеизложенным, возникает вопрос о существовании пенсионного фонда (ПФ) и фонда социального страхования (ФСС). В цифровой экономике они становятся лишними при создании цифровой платформы управления, в силу того что налоговый процесс должен быть сгруппирован в единую административную структуру, ядром которой должна стать налоговая служба. Оставшиеся процессы у этих фондов, ориентированные на социальное обеспечение, могут быть определены в административную структуру. Эта унифицированная административная структура включена в блок развития, поскольку все выплаты направленные на людей являются инвестициями в человеческий капитал.

В связи с тем, что буквальное дублирование существующих административных структур в цифровую административную платформу подвержено управленческому бедствию, многие существующие административные структуры, созданные на аналоговой основе, должны исчезнуть, а административные структуры на цифровой основе должны их сменить. Для создания эффективной платформы цифрового управления необходимо решить определенные задачи:

Прежде всего, необходимо решить проблему определения понятия «налог». Существующая формулировка, заложенная в Налоговом Кодексе РФ [1], отражает характер государства, который изначально вызывает глубокий отказ с вытекающими последствиями – нежеланием платить налоги и обходить налоговое законодательство при каждой возможности. Указанная формулировка налога не показывает гражданам преимущества уплаты налога, как для физических лиц, так и для предприятий и это воспринима-

ется как грабеж под прикрытием государства, хотя налоги фактически направлены на обеспечение социальных процессов.

Поэтому предлагается переформулировать концепцию налога через ценность взаимовыгодного социального партнерства между государством и обществом, что, в конечном итоге, повысит эффективность налогового регулирования [4].

Вторая задача состоит в идентификации пользователя (агента) цифровой платформы управления с помощью концепции «единого ключа», который основан на едином идентификаторе субъекта и должен заменить множество различных существующих систем, таких как СНИЛС, идентификатор медицинского полиса, идентификаторы ФСС.

Третья задача – создание структуры управления в рамках цифровой платформы на основе вышеуказанных положений.

Четвертая задача, которая особенно актуальна для цифровизации налогового регулирования, – это создание единой системы бухгалтерского учета на основе единой базы данных цифровой платформы управления.

Как и любое явление, цифровая платформа управления имеет несколько измерений. Чтобы понять данную платформу, следующие измерения представлены концептуально:

- измерение процессов, которое показывает динамику ресурсов платформы цифрового управления (для платформы цифрового управления основным аспектом процесса является информационная динамика);
- измерение объекта, которое показывает структурный состав цифровой платформы управления;
- измерение управления, которое показывает взаимодействие управления в цифровой платформе.

На рис. 1 представлена модель цифровой платформы управления в информационном измерении.



Рис. 1. Модель цифровой платформы управления (ЦПУ) в информационном измерении (ВИ – входящая информация; ИИ – исходящая информация; ВЕК – входящий единый ключ; ИЕК – исходящий единый ключ) [5]

На рис. 1 видно, что входящая информация в цифровой платформе управления должна структурироваться определенным образом, например на принципах Big Date, при этом должен соблюдаться принцип «приход информации от всех, выдача информации по допуску», а значит, для определенного агента цифровой управленческой платформы должно соблюдаться условие: $ВИ > ИИ$.

Для реализации данного принципа, в модель введен «единый ключ», состоящий из входящего ключа и исходящего ключа, которые должны отвечать следующему уравнению:

$$EK = \begin{cases} BEK^{инф} < IEK^{инф} \\ BEK^{физ} = IEK^{физ} = 1 \end{cases} \quad (1)$$

где:

$BEK^{инф}$ – входящий единый ключ в информационном измерении;

$IEK^{инф}$ – исходящий единый ключ в информационном измерении;

$BEK^{физ}$ – входящий единый ключ в физическом измерении;

$IEK^{физ}$ – исходящий единый ключ в физическом измерении.

В объектном измерении цифровую платформу управления для административных структур можно представить следующим образом (рис. 2). Цифровая платформа управления представляет собой синергетическую сумму административных и неадминистративных платформ цифрового управления. Для доступа к данной платформе необходим единый ключ.

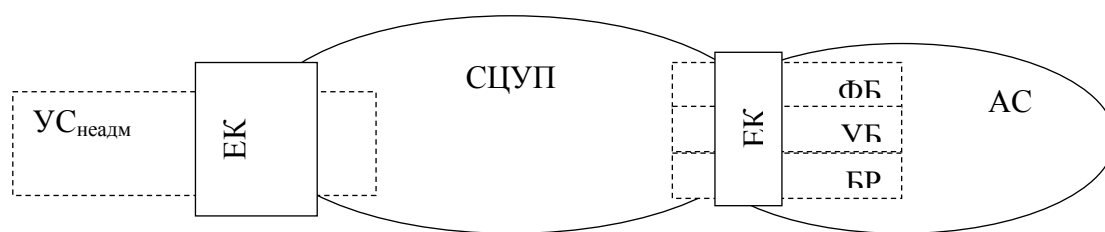


Рис. 2. Модель цифровой платформы управления в объектном измерении (ФБ – фискальный блок; УБ – управленческий блок; БР – блок развития; АС – административная структура ответственная за государственное управление; ЕК – единый ключ; УСАнеадм – управленческая структура, ответственная за неадминистративный сектор) [5]

Следовательно, требуемого уровня качества цифровизации налогового регулирования возможно достичь, если [3]:

- цифровое управление будет соответствовать цифровой экономике;
- цифровая платформа управления будет единообразной в пределах суверенитета государства, неотъемлемой ее частью должен быть фискальный блок;
- создание цифровой платформы управления должно основываться на принципах цифровой экономики, что формирует необходимость развивать цифровое управление;
- передача аналогового контроля на цифровую платформу управления недопустима.

На основе данной платформы можно сформировать механизм цифровизации налогового регулирования хозяйствующих субъектов в государ-

стве или конкретном регионе, способствующий структуризации направленной работы налоговой системы для осуществления цифровизации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ. – URL : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671 / (дата обращения: 21.02.2020). – Текст : электронный.

2. Бисултанов, А. Н. Цифровой документооборот – инновационный способ взаимодействия сторон налоговых отношений / А. Н. Бисултанов, М. Ш. Баснукаев. – Текст : непосредственный // Инновационное развитие экономики. – 2018. – № 4 (46). – С. 147-156.

3. Петухова, Р. А. Налоговое администрирование в условиях цифровой экономики / Р. А. Петухова, Я. А. Григорьева. – Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2019. – № 46. – С. 303-316.

4. Цифровые технологии налогового администрирования : монография / под ред. И. А. Майбурова, Ю. Б. Иванова. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2019. – 263 с. – Текст : непосредственный.

5. Ямилов, Р. М. Предпосылки создания цифровой управленческой платформы как способа эффективной налоговой коммуникации / Р. М. Ямилов. – Текст : непосредственный // Налоги и финансы. – 2019. – № 1. – С. 20-35.

Научный руководитель: Бойко С.В. канд. экон. наук, старший преподаватель ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк.

MODEL OF A DIGITAL PLATFORM FOR MANAGING TAX REGULATION OF ECONOMIC ENTITIES

Author: Plekhanova N.A., student, chameleon4ik.o.o@gmail.com.

Research supervisor: Boyko S.V., candidate of economic science, senior lecturer of the «Donetsk Academy management and public service under the Head of the Donetsk People’s Republic».

Abstract: The article considers a model of a digital tax management platform. Auxiliary tasks for creating an effective digital management platform are identified. The model is presented in the information and object dimensions.

Keywords: digital platform, taxation, digital economy, administrative structures, information dimension.

АНАЛИЗ РЫНКА ФИТНЕС-БРАСЛЕТОВ КАК ОДНОГО ИЗ БЫСТРОРАСТУЩИХ СЕГМЕНТОВ СФЕРЫ «УМНОЙ ЭЛЕКТРОНИКИ»

*Родионова А.В., Зарубалова К.В., студенты
ФГБОУ ВО «Череповецкий государственный университет», г. Череповец*

Аннотация: в данной статье представлен анализ рынка фитнес-браслетов, исследуется их роль и влияние на жизнь людей в современном обществе. В рамках рассматриваемого вопроса была определена не только основная масса потребителей данного продукта и его целевое предназначение, но и главные производители, специализирующиеся на производстве фитнес-браслетов. Статья также подразумевает исследование влияния фитнес-браслетов на сферу здравоохранения в области цифровой медицины.

Ключевые слова: умная электроника, фитнес-браслет, физическая активность, цифровая медицина, инновации, фитнес-гаджеты.

Прежде всего, обратимся к данным статистики: Всероссийским центром изучения общественного мнения был проведён опрос среди студентов, возрастная категория данной группы: от 18 до 24 лет. Опрос касался отношения людей к спорту и занятиям физической культурой. По результатам опроса: 78% опрошенных студентов стараются поддерживать свою физическую форму [3]. Было выявлено, что для контроля физической активности в данной области многие молодые люди используют различные фитнес-гаджеты: датчики осанки, устройства для определения качества мышц и содержания жира в мышцах, пульсометры, шагомеры, а также фитнес-браслеты, которые часто именуется иным названием – фитнес-трекеры. Особое внимание необходимо уделить именно фитнес-браслетам, они рассматриваются как наиболее удобные и доступные приспособления, использующиеся для подсчёта активности в течение суток.

По мнению ученых, фундаментом долголетия, сохранения здоровья и повышения работоспособности являются правильное питание, размеренный ритм жизни, систематические занятия физическими упражнениями, в чем могут помочь приборы, контролирующие и стимулирующие двигательную активность человека. Преимущество фитнес-браслета заключается в том, что данный гаджет дает людям возможность не только следить за своей физической активностью (подсчитывать количество шагов, пройденное расстояние, сожженные калории), но и контролировать физическое состояние (следить за пульсом, сном, давлением). В связи с совершенствованием технологий, данные, получаемые от использования браслета,

предоставляются их владельцу достаточно точными и приближенными к реальным значениям.

Всего пару лет назад в области изготовления фитнес-браслетов насчитывалось несколько известных производителей. В настоящее время на рынке данной области функционирует множество компаний. Лидерами продаж являются гаджеты от китайской фирмы «Xiaomi». Большой популярностью также пользуется продукция известного бренда «Apple» (часы «Apple Watch»), весьма востребованы браслеты «Fitbit», «Garmin», «Samsung». Хорошо известны смартчасы «Asus VivoWatch», часы-пульсометр «FitBit Surge» и «Runtastic», биодатчик-трекер «WMe2», браслет «Slims», определяющий шаги и температуру тела, и «Bactrack Skyn» с измерением уровня алкоголя и потоотделения. Спортсмены предпочитают «Polar LOOP», измеряющий пульс, но при этом требуется отдельный нагрудный кардиодатчик [4].

Рынок фитнес-браслетов на сегодня выступает в качестве одного из самых быстрорастущих сегментов сферы «умной электроники». Так, объединенной компанией «Связной | Евросеть» были подведены итоги продаж носимых устройств во втором квартале 2019 года. За этот период общая сумма продаж составила 4,9 млрд. рублей. В штуках рынок вырос на 113%, а в деньгах – на 89%. Самыми популярными носимыми гаджетами стали фитнес-трекеры, на которые пришлось 60% рынка [1].

Действительно, тренд использования фитнес браслетов охватил миллионы занимающихся спортом. Однако согласно опросу Manor Medical Center большинство покупателей прекращает постоянное использование браслетов. Исследование показало, что 8% купивших браслет перестали использовать его полностью и 15% делают это только во время тренировок. Исключение составляют только молодые люди. Из них 29% купивших гаджет использует его регулярно. Основными причинами, заставившими владельцев этих устройств прекратить использование, были: потеря приверженности к фитнес-программе, диете или ЗОЖ (36% опрошенных владельцев устройств), сложный ручной ввод информации (31%), информация, полученная от устройства, не соответствовала ожиданиям (27%), связанное с устройством программное не было достаточно хорошим (20%). «Эффект инноваций», который повлиял на потребителей, прошёл, и производителям этих устройств необходимо найти доводы, для необходимости использования потребителями в течение долгого времени [2].

В рамках исследования также следует обратить внимание на аудиторию производителей компьютеризированных фитнес аксессуаров. Целевыми потребителями являются молодые люди в возрасте от 18 до 34 лет. Отметим, что 98% респондентов в этой возрастной группе заявили, что данные устройства контроля помогли им в поддержании здоровья. С другой стороны, 30% респондентов в возрастной группе 50 лет и выше, заявили, что не видят никакой ценности в данном устройстве. Опрос также по-

казал, что потребители, имеющие медицинские проблемы, чаще носят фитнес-браслеты, чем потребители без проблем со здоровьем [2].

Согласно результатам ежегодного обзора «The Industry Pulse» американской компании Change Healthcare, имеющей стратегическое партнерство с Google Cloud, при поддержке некоммерческой организации HealthCare Executive Group (HCEG) были выявлены главные приоритеты отрасли здравоохранения. Выборка исследования включала данные 2000 опрошенных, с которыми взаимодействуют организации, при этом 50% респондентов отметили, что в настоящий момент наиболее актуальными устройствами для мониторинга своего состояния являются различные фитнес-трекеры. Отмечается, что 41% выделили средства для мониторинга состояния основных показателей организма, как наиболее влияющие сегодня на развитии цифровой медицины [4].

Таким образом, рынок фитнес-трекеров – один из самых быстрорастущих сегментов в сфере «умной электроники». Фитнес-браслет является удобным инструментом для повышения эффективности тренировок и отдыха для любителей и профессионалов спорта. Он позволяет проанализировать свою ежедневную физическую активность, самостоятельно оценить свое состояние, не прибегая физически к помощи врача и в любое удобное время. Для новичков фитнес-браслет может стать дополнительным мотиватором и напоминанием. Однако после покупки пользователи данного гаджета быстро теряют к нему интерес. Поэтому производителям следует сконцентрироваться на преимуществах применения браслетов в таких областях, как спорт, медицина, а также на предпочтениях потребителей в возрасте от 50 лет, которые в настоящее время не видят ценности в данном устройстве, хотя именно оно может стать их помощником в контроле за здоровьем.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Рынок смарт-часов в России увеличился вчетверо за три года и продолжает расти // Информационно-аналитическое агентство NBPrice.RU : новости, обзоры, аналитика о ноутбуках, смартфонах и носимых устройствах, 2001-2020. – URL : <http://www.nbprice.ru/info/details/23370/>. – Текст : электронный
2. Фитнес браслеты – мониторинг будущего // Manor Medical Center, 2018-2020. – URL : <https://manormedicalgroup.com/novosti/fitnes-braslet-monitoring-budushhego/>. – Текст : электронный
3. Цветкова, А. Б. Оценка восприятия цифровой медицины молодежным сегментом потребителей / А. Б. Цветкова, А. В. Шишкин. – Текст : непосредственный // Статистика и экономика. – 2018. – № 6. – С. 46-57.
4. Ярмолинский, В. И. Высокие технологии самоконтроля / В. И. Ярмолинский. – Текст : непосредственный // Наука и инновации. – 2016. – № 12. – С. 28-29.

Научный руководитель: Крылова Н.П., доцент, Череповецкий государственный университет.

ANALYSIS OF THE MARKET OF FITNESS BRACELETS AS ONE OF THE FAST-GROWING SEGMENTS OF THE SPHERE OF “SMART ELECTRONICS”

Author: Rodionova A.V., student, missanastasia1934009@gmail.com;
Zarubalova K.V., student, zarubalovak@mail.ru.

Research supervisor: Krylova N.P., PhD, associate professor of State University of Cherepovets.

Abstract: this article presents an analysis of the market for fitness bracelets, explores their role and impact on people's lives in modern society. In the framework of the issue under consideration, not only the main mass of consumers of this product and its intended purpose were determined, but also the main manufacturers specializing in the production of fitness bracelets. The article also includes a study of the impact of fitness bracelets on healthcare in the field of digital medicine.

Keywords: smart electronics, fitness bracelet, physical activity, digital medicine, innovation, fitness gadgets.

УДК 334.7:330.341.1:33.027(1-87)

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ГОСУДАРСТВЕННОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

Родченко Г.С., студент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотация: Рассмотрены механизмы прямого и косвенного стимулирования инновационной деятельности хозяйствующего субъекта. Проведен анализ налоговых льгот, как основного стимула инновационной активности хозяйствующих субъектов. Систематизированы методы косвенного стимулирования, которые широко используются в США, Канаде, Японии и большинстве стран Европейского Союза. Каждая страна формирует свою комбинацию этих механизмов в зависимости от потребностей экономики и приоритетов инновационного развития.

Ключевые слова: Инновации, инновационная деятельность, инструменты налогового стимулирования, налоговое стимулирование инноваций, налоговые льготы.

В настоящее время одним из приоритетных направлений государственной налоговой политики является стимулирование развития иннова-

ционной деятельности путем создания таких условий, которые будут благоприятны для ведения финансово-хозяйственной деятельности экономических субъектов. При условии выявления такого соотношения между интересами государства и предприятий, когда будет находиться баланс между средствами, остающимися у налогоплательщика, и средствами, которые направляются в бюджет государства посредством уплаты налогов. Одним из самых важных аспектов, с помощью которого можно достичь сбалансированного социально-экономического развития государства, является налоговое стимулирование инновационной деятельности.

В отечественной науке в области исследования теоретико-методологических основ проблемы развития налоговых льгот как инструмента стимулирования инновационной активности, результативности введения налоговых льгот за рубежом, как с точки зрения предприятий, так и с точки зрения государств, следует выделить фундаментальные труды отечественных и зарубежных ученых С. В. Барулина, Л. М. Гохберга, В. И. Гуреева, П. Бергера, Ф. Мейер-Крамера, Э. Мэнсфилда, К. Свенсона, Й. Шумпетера.

Цель данной работы состоит в анализе зарубежного опыта использования различных методов государственного стимулирования инновационной деятельности хозяйствующих субъектов.

Увеличение интереса субъектов хозяйствования и инвесторов к внедрению инновационных проектов путем снижения налоговых обязательств к уплате является основной целью налогового стимулирования инноваций. Реализуя налоговую политику по стимулированию инвестиционной активности в сфере инноваций, можно решить следующие задачи:

- обеспечить рост частных инвестиций в производственной сфере, использующей инновации;
- осуществить техническое и технологическое переоснащение производства;
- достичь качественно нового уровня жизни населения.

Поддержка инновационных разработок осуществляется как мерами прямого воздействия (финансирования), так и с помощью косвенных способов (стимулирования) и не может получить эффективное развитие без качественного государственного регулирования, потому как внедрение инноваций является достаточно неопределенным, длительным по времени и неоднозначным процессом, характеризующимся высоким уровнем издержек. В условиях экономической нестабильности и недостаточности бюджетных средств особую роль может сыграть инструментарий налоговой политики при стимулировании инвестиций в инновации.

Прямые методы государственной поддержки инновационной деятельности включают в себя [4]:

- государственные инвестиции в форме целевого, предметно-ориентированного или проблемно-направленного финансирования, государственного кредитования, лизинга, долевого участия с целью повыше-

ния концентрации исследовательских и материальных средств на наиболее перспективных направлениях и прогрессивных видах производства;

– планирование и программирование, государственное предпринимательство;

– меры, усиливающие сотрудничество промышленных организаций в области научных исследований, в частности с исследовательскими и образовательными университетами.

В отличие от прямых методов, которые непосредственно влияют на решения, принимаемые хозяйствующими субъектами, косвенные методы только создают предпосылки для выбора направлений развития, отвечающих экономическим целям государства. Косвенные методы стимулирования в современных условиях получают все большее распространение в зарубежной практике, потому что они требуют перенесенных бюджетных расходов по сравнению с прямым финансированием, а также создают предпосылки для развития предпринимательской инициативы в инновационной сфере. К ним относятся формирование законодательной и правовой базы в сфере науки и инноваций, налоговых льгот, развитие системы венчурного финансирования, формирование государственной инновационной инфраструктуры и развитие рынка научно-технической продукции, формирование инновационных кластеров (неформальных объединений малые, средние и крупные предприятия, а также исследовательские организации, работающие в определенном секторе и географическом регионе) [1].

Необходимо различать активное применение определенных налоговых режимов среди косвенных методов стимулирования. Экономический смысл использования налоговых льгот заключается в заинтересованности налогоплательщиков в развитии их деятельности по направлениям, соответствующим общественным требованиям. Что касается стимулирования сферы науки и инноваций, то особые налоговые режимы обычно призваны стимулировать увеличение финансовых вложений в эту сферу со стороны негосударственных субъектов управления.

Как показывает мировая практика, налоговые льготы выступают основным видом стимулов для развития научной и инновационной деятельности. В зависимости от элемента структуры налога, различают налоговые льготы и налоговый кредит.

В экономике понятие «налоговые льготы» используется для обозначения суммы, которая подлежит полному или частичному исключению из налоговой базы при исчислении суммы налога. Что касается процесса стимулирования, налоговые скидки позволяют фирмам, инвестирующим в инновации, получать отчисления от своего налогооблагаемого дохода в размере, фактически превышающем расходы. Понятие «налоговый кредит» обозначает вычеты в процентном соотношении к затратам на инновации из окончательных налоговых обязательств субъекта, который произвел эти расходы [1].

В процессе передачи технологий государство участвует только на первых этапах: инвестиции, инновационные разработки, создание интеллектуальной собственности. На последующих этапах правительство передает права на интеллектуальную собственность исполнителям инноваций – университетам, исследовательским организациям, частным фирмам.

Сравнительный анализ методов государственной поддержки в ведущих странах мира представлен в табл. 1.

Методы стимулирования инновационной активности в разных странах имеют свои особенности. Их выбор обусловлен экономическими, политическими и другими условиями развития стран. Однако, как показал анализ, некоторые инструменты похожи во многих аспектах и эффективно используются группами стран. Широкий спектр механизмов стимулирования инновационной деятельности, которые используются за рубежом, имеют общие черты, среди которых можно выделить:

- активное участие государства в инновационном процессе: государственное кредитование инновационных компаний по льготным ставкам, размещение государственного заказа на исследования и разработка в приоритетных отраслях экономики, участие в финансировании научных исследований;

- создание системы налоговых льгот для инновационно-активных предприятий, среди которых наиболее активно используются отчисления от облагаемого дохода расходов на НИОКР, налоговые кредиты;

- огромная роль частного бизнеса в инновационном развитии ведущих зарубежных стран.

Табл. 1. Анализ методов государственной поддержки в развитых странах мира [7; 5]

Страна	Метод	Пример
США	Распространение знаний и опыта в сфере промышленности и сельского хозяйства с целью поддержки малого бизнеса.	Налоговые льготы в виде скидки на уже добавленные налоговые платежи, также специальный режим начисления амортизации в рамках налогового учета.
Канада	Разработка правительством программ, направленных на стимулирование инновационной деятельности	Предприятия могут списывать 100% облагаемого налогом дохода от текущих затрат на инновации и затрат на приобретение оборудования, используемого для этих целей.
Великобритания	Обеспечение налоговых льгот для инноваций по двум схемам: для малых и средних предприятий и крупных компаний.	Если инновационная деятельность компании финансировалась государством в виде грантов, налоговые льготы на такие виды деятельности не распространяются на размер гранта [3].

Япония	Государственная финансовая поддержка приоритетных отраслей через Японский банк развития и экспортно-импортные мероприятия.	Создание системы ускоренной амортизации наукоемкого оборудования, что снижает налогообложение японских фирм и делает возможным инвестирование финансовых ресурсов в новые промышленные предприятия и проекты [4].
Германия, Швеция, Финляндия	Отсутствие мер по налоговому стимулированию научно-технической и инновационной деятельности предпринимательского сектора.	Предпочтение отдается улучшению общего налогового режима для предприятий.
Франция	Создание технопарков и научно-исследовательских центров.	Поддержка предприятий, имеющих более 15% товарооборота в качестве затрат на инновации путем освобождения от социальных, местных налогов и подоходных налогов.

Рассмотренные косвенные методы стимулирования инновационной деятельности за рубежом в целом направлены на интенсификацию инновационных процессов, а также на создание благоприятных экономических условий и социально-политического климата для развития инновационной деятельности.

Несмотря на то, что все большее число стран применяют налоговые методы регулирования инновационной деятельности, вопрос эффективности различных видов налоговых льгот остается открытым. Выбор методов стимулирования определяется в первую очередь национальными факторами страны: уровнем развития национальной инновационной системы, особенностями системы налогообложения и приоритетами инновационного развития.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Баженова, В. С. Некоторые аспекты государственного воздействия на инновационное развитие экономики / В. С. Баженова, Н. А. Пивоваров. – Текст : непосредственный // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2018. – № 24. – С. 20-23.
2. Белякова, А. А. Методы и способы стимулирования экономики современного государства / А. А. Белякова. – Текст : непосредственный // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2019. – № 5. – С. 279-285.

3. Береговой, В. А. Инновации: налоговый аспект (зарубежный опыт) / В. А. Береговой. – Текст : непосредственный // Налоги. – 2017. – № 5. – С. 38-39.

4. Мельникова, И. Н. Американский опыт налогового стимулирования операций инновационной экономики / И. Н. Мельникова. – Текст : непосредственный // Финансы. – 2017. – № 4. – С. 25-27.

5. Atkinson, R. D. Innovation economics. the race for global advantage / R. D. Atkinson, S. J. Ezell. – New Haven ; London : Yale University Press. – 2019. 440 p. – Direct text.

6. Global Research&Development Incentives Group April 2019. – URL : https://www.pwc.com/kr/ko/Tax/samilpwc_global-r-and-d-brochure-april2019.pdf. – Text : electronic.

7. The Global Competitiveness Index 2019. – URL : <https://knoema.ru/atlas/ranks/Global-com-petitiveness-index>. – Text : electronic.

Научный руководитель: Бойко С.В., канд. экон. наук, ст. преподаватель, Донецкий национальный университет.

FOREIGN EXPERIENCE OF STATE STIMULATION OF INNOVATIVE ACTIVITY OF ECONOMIC SUBJECTS

Author: Rodchenko G.S., student, harredst@gmail.com.

Research supervisor: Boyko S.V., candidate of economic science, senior lecturer of the department international business and business administration «Donetsk National University».

Abstract: The direct and indirect incentive mechanisms are considered. The great attention is given to the analysis of tax incentives, such as tax privileges and the tax credit. They play an important role in enhancing the innovative activity of enterprises, because provide a choice of priorities of innovation to the private sector and do not require large administrative costs. Methods of indirect incentives are widely used in the USA, Canada, Japan and most European Union countries. Each country forms its own combination of these mechanisms depending on the requirements of the economy and the priorities of innovation development.

Keywords: innovation, innovative activity, tax incentives, tax incentives for innovation, tax incentives.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «ПРЕДПРИЯТИЕ»

Рябченко А.А., ассистент

ГОУ ВПО Донецкий национальный университет, ДНР, г. Донецк

Аннотация: в работе рассматриваются различные трактовки и подходы ученых к определению понятия предприятие. Рассматривается генезис понятия предприятия от его первого упоминания до нынешнего времени. Предлагается критическая оценка трактовкам понятия, с целью выявления общих и специфических признаков.

Ключевые слова: предприятие, трактовка, особенности понятия предприятие, система, генезис понятия предприятия.

Становление и развитие экономики всегда проходит под воздействием различного рода факторов. На каждом этапе развития экономики и субъектов экономики существовали свои смыслы и определения тех или иных понятий. Так, например понятие предприятие претерпело много изменений. Каждый ученый по своему трактует данное понятие, и на определенном этапе развития оно принимало определенный смысл и специфику того времени, в котором оно было определено. Поэтому актуально важным является определить понятие предприятия, для дальнейшего понимания его сущности.

Первые упоминания относительно понятия «предприятие» встречаются еще в древнем мире. Тогда и появились первые прототипы современного предприятия и предпринимательства. В Древнем мире и Средневековье таки прототипами были художественные промыслы, мастерские ремесла, производства текстиля. Уже в это время наблюдается строгая структура современного предприятия, есть начальник (собственник) и подчиненные (рабы, наемные рабочие). Права и обязанности на данных предприятиях, переходили или по наследству, или по правилам, установленным в данном обществе. Таким образом, первые определения понятия предприятия возникли именно как экономическая категория, и описывалась как «некий субъект экономики (обособленный хозяйственный субъект) предназначенный для решения экономических и производственных проблем (производство товаров народного потребления (благ) – товаров и услуг) и способная к самовоспроизводству (обеспечивающая свой жизненный цикл)» [5, с.22; 6, с.221-223].

В советское время понятие предприятие воспринималось с учетом социально-экономической, политической ситуации того времени. Анализ советской литературы и множества мнений ученых относительно понятия предприятие, позволил нам увидеть его специфику. В частности все опре-

деления понятия предприятие основывались на Законе РСФСР от 25 декабря 1990 г. № 445-1 «О предприятиях и предпринимательской деятельности» в ст. 4. Предприятие – это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в порядке, установленном настоящим законом, для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли [9].

В современной экономической литературе существует множество определений понятия предприятия, но почти все они неоднозначны. В этой связи проанализируем различные точки зрения современных ученых-экономистов относительно понятия «предприятие». Г. А. Маховикова в своих трудах определяет предприятие как экономический субъект, деятельность которого направлена на производство товаров и услуг. Она отмечает, что его деятельность зависит именно от единства всей системы, начиная от руководителя и подчиненных вплоть до станков и машин [4, с.71].

В учебнике по экономике коллектив авторов (Т. А. Вайс, Е. Н. Вайс, В. С. Васильцев) указывает на то, что предприятие – это независимый хозяйствующий субъект, созданный в соответствии с законами страны, в которой он работает, который производит и реализовывает продукцию, выполняет работы и оказывает услуги, с целью получения прибыли [12, с.12].

А. П. Гарнов, Е. А. Хлевная и А. В. Мыльник определяют предприятие как субъект экономики, который занимается производством и реализацией продукции, в свою очередь выполняет ряд работ и оказывает ряд услуг с целью удовлетворения потребностей социума и получения прибыли [11, с.11].

В свою очередь ряд авторов, таких как Е. Ю. Алексейчева, М. Д. Магомедов, И. Б. Костин под предприятием понимают объединенную хозяйственную единицу, которая обладает организационно-техническим, экономическим и социальным единством, которая самостоятельно осуществляет свою деятельность на территории определенного государства и подчиняется его законам [1, с.21].

Заслуживает внимания мнение авторов О. В. Баскакова и Л. Ф. Сейко, которые считают что предприятие – это самостоятельный хозяйствующий субъект, который создан и работает согласно законодательству, для выпуска и реализации готовой продукции или услуг, с целью удовлетворения потребностей рынка и получения своей прибыли [2, с.13].

Следует уточнить еще один подход к определению понятия предприятия, которое дают авторы В. И. Гришина, Я. П. Силина. Они считают, что предприятие – это обособленный хозяйствующий субъект, использующий материальные и иные ресурсы для производства продукции, выполнения некоторых работ и услуг. Они утверждают, что предприятие – это самостоятельный экономический субъект, оно самостоятельно принимает решение и осуществляет производственную деятельность, производит и реализовывает свою продукция, а после уплаты налогов и других платежей получает прибыль. Тем самым удовлетворяя социально-экономические потребности населения [10, с.15].

В учебнике профессора В. Я. Горфинкеля понятие предприятие характеризуется как индивидуальный субъект хозяйствования, который был создан одним или несколькими предпринимателями для изготовления продукции и оказания услуг, с целью удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли [14, с.8].

А в учебнике профессора Л. А. Чалдаевой предприятие определяется как участник производственных отношений на всех стадиях жизненного цикла и всех стадиях производственного процесса, которые позиционируют себя в сфере предпринимательства как предприниматель, где и специализируются на деятельности, которая приносит им прибыль [7].

Экономист Н. П. Котерова в своем учебнике под предприятием в узком смысле понимает некую организацию, определенное количество людей, которых объединяет общая цель. А в более широком понимании предприятие – это индивидуальный, организационно обособленный субъект экономики (народного хозяйства), который занимается производством и (или) реализацией товара, специализируется на работах промышленного направления и оказывает услуги за вознаграждение прибыли [8, с.34].

Ученые-экономисты А. В. Колышкина, С. А. Смирнова рассматривают предприятие как коммерческую организацию, имеющую свой имущественный комплекс, который оно использует для своей предпринимательской деятельности. В данном случае под имущественным комплексом понимается все имущество, что есть у предприятия. К нему относятся: машины, станки, земля, здание, инвентарь, сырье, продукция, различные материалы, товарные знаки, обозначения, логотип и прочее [9, с.12].

В книге В. В. Коршунова «предприятие» определяется как самостоятельный хозяйствующий субъект, который функционирует долгое время, состоящий из обособленного имущественного комплекса, на основе которого компетентные, квалифицированные специалисты осуществляют свою деятельность для удовлетворения общественных потребностей (товаров и услуг) с целью получения прибыли [3, с.17].

Экономист Е. Н. Ключкова трактует понятие предприятие как хозяйствующий субъект, работающий в рыночной экономике, образован для производства и реализации продукции, предоставления услуг, удовлетворяя тем самым потребности общества, и получая за это прибыль [13, с.10].

Таким образом, на основании критической оценки мнений ученых-экономистов, можно сделать вывод, что предприятие – это экономический агент, юридическое лицо, которое объединяет множество разнородных элементов в единую систему, ведущее свою деятельность в соответствии с законодательством, с целью удовлетворения общественных потребностей, получения экономической выгоды и максимизации своей прибыли. Под разнородными элементами в данном контексте следует понимать различного рода процессы, которые осуществляются на этапах его жизненного цикла.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алексейчева, Е. Ю. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / Е. Ю. Алексейчева, М. Д. Магомедов, И. Б. Костин. – Москва : Дашков и К, 2018. – 292 с. – Текст : непосредственный.
2. Баскакова, О. В. Экономика предприятия (организации) : учебник для бакалавров / О. В. Баскакова, Л. Ф. Сейко. – Москва : Дашков и К, 2018. – 372 с. – Текст : непосредственный.
3. Коршунов, В. В. Экономика организации (предприятия) : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / В. В. Коршунов. – Москва : Юрайт, 2018. – 313 с. – Текст : непосредственный.
4. Маховикова, Г. А. Микроэкономика : учебник и практикум для СПО / Г. А. Маховикова. – Москва : Юрайт, 2019. – 281 с. – Текст : непосредственный.
5. Основы предпринимательского дела / под ред. Ю. М. Осипова, Е. Е. Смирновой. – Москва : БЕК, 1996. – 476 с. – Текст : непосредственный.
6. Удинцев, В. А. Русское торгово-промышленное право / В. А. Удинцев. – Киев : Тип. И. И. Чоколова, 1907. – В 2-х ч. – Текст : непосредственный.
7. Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия : учебник для академического бакалавриата / Л. А. Чалдаева. – Москва : Юрайт, 2019. – 410 с. – Текст : непосредственный.
8. Экономика организации : учебник / Н. П. Котерова. – Москва : Академия, 2015. – 288 с. – Текст : непосредственный.
9. Экономика организации : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под ред. А. В. Колышкина, С. А. Смирнова. – Москва : Юрайт, 2019. – 498 с. – Текст : непосредственный.
10. Экономика предприятия : учебник / под ред. В. И. Гришина, Я. П. Силина. – Москва : КНОРУС, 2019. – 472 с. – Текст : непосредственный.
11. Экономика предприятия : учебник для бакалавров / А. П. Гарнов, Е. А. Хлевная, А. В. Мыльник. – Москва : Юрайт, 2016. – 303 с. – Текст : непосредственный.
12. Экономика предприятия : учебное пособие / Т. А. Вайс, Е. Н. Вайс, В. С. Васильцев и [др.]. – Москва : КНОРУС, 2015. – 244 с. – Текст : непосредственный.
13. Экономика предприятия : учебник для вузов / Е. Н. Ключкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова. – Москва : Юрайт, 2020. – 447 с. – Текст : непосредственный.
14. Экономика фирмы (организации, предприятия) : учебник / под ред. В. Я. Горфинкеля. – Москва : Вузовский учебник, 2018. – 318 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: Егоров П.В., д-р экон. наук, профессор, Донецкий национальный университет.

THEORETICAL FOUNDATIONS AND APPROACHES TO DEFINING THE CONCEPT OF ENTERPRISE

Author: Ryabchenko A. A., assistant ya.ya.ya.pas@mail.ru

Research supervisor: Egorov P. V., doctor of economics, professor, Donetsk national University, Donetsk, DPR

Abstract: the paper considers various interpretations and approaches of scientists to the definition of the concept of enterprise. The Genesis of the concept of enterprise from its first mention to the present time is considered. A critical assessment of the concept's interpretation is given in order to identify common and specific features.

Keywords: enterprise, interpretation, features of the concept of enterprise, system, genesis of the concept of enterprise.

УДК 622.276

ОБЗОР МИРОВОЙ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ: КРАТКИЙ ПУТЬ ИЗ ГЛУБОКОЙ ДРЕВНОСТИ В СОВРЕМЕННЫЙ МИР

Серикова Д., студент

Almaty Management University, Республика Казахстан, г. Алматы

Аннотация: Данная статья опирается на научную и историческую литературу, чтобы отправиться в историческое путешествие по открытию, разработке и использованию человечеством нефтяных и других углеводородных энергетических ресурсов. Автор прослеживает разведку и использование нефти и газа от древнего мира до современной нефтегазовой промышленности, которая началась в Америке и распространилась в другие части мира. Основываясь на этом кратком, и в то же время, подробном глобальном историческом обзоре нефтегазовой промышленности, в документе делается вывод, что до тех пор, пока некоторые альтернативные источники энергии не будут обнаружены в экономически крупных масштабах, углеводороды будут и впредь иметь свое огромное доминирование и влияние на мировую экономику, политику и другие социальные мероприятия долгие годы.

Ключевые слова: история, месторождение, запасы, нефтяная промышленность, ресурсы, потребление, ценообразование.

Важность нефтегазовой энергетики для деятельности человечества, а также существенное влияние, которое они оказывают на экономику, как стран-производителей нефти, так и стран-импортеров нефти, никогда не могут быть переоценены. Нефть и газ имеют далеко идущие последствия для политики этих стран и всего мира. Открытие нефти и газа привело к ошеломляющему прогрессу в промышленном росте во всем мире и помог-

ло облегчить транспортировку, как на международном, так и на местном уровнях. На уровне домашних хозяйств энергия нефти и газа облегчила жизнь человечества в таких областях, как приготовление пищи, отопление, обеспечение электричеством, местная мобильность и многое другое [1]. Таким образом, нефть и связанные с ней продукты в качестве источников энергии в современном мире практически не заменяются [2].

С тех пор, как современное открытие нефти в четвертой четверти XIX века, нефть стала основным источником энергии для человечества. Рейтинг мировых корпораций Fortune Global 500 в 2011 году еще более конкретизирует это утверждение. Согласно этому рейтингу, среди десяти крупнейших компаний мира шесть являются нефтегазовыми компаниями, и из этих шести пять имеют дочерние компании, работающие в разных частях земного шара. Нефть полезна не только для современного мира, но и для древнего мира человечества, хотя ее полезность и воздействие ее разведки и добычи на окружающую среду гораздо более важны в современном мире. Использование нефти продолжалось тысячи лет на протяжении всей истории этого мира, и со временем оно стало неотъемлемой частью современной мировой экономики.

Нефть была полезна человечеству в течение многих лет, и Американский нефтяной институт отмечает, что «полезность углеводородов для человечества так же стара, как история». В древние времена сырая нефть использовалась людьми для различных целей. Например, древний человек использовал сырую нефть в качестве водоотталкивающего средства. То есть они использовали нефть в качестве вещества или материала для предотвращения попадания воды в нежелательные места. Кроме того, древний человек использовал нефть для связывания вещей из-за ее липкого свойства. Пять тысяч лет назад шумеры, месопотамцы и египтяне использовали нефть для нескольких целей.

Люди не осознавали важности нефти как коммерческого товара до тех пор, пока Петр Великий не одержал победу над Персидским ханством. Петр дал возможность частным фирмам исследовать, добывать и перерабатывать нефть с бакинского нефтяного месторождения, которое они продали и перечислили определенный процент от выручки от продажи королевской короне. Между тем, в стране, далекой от России, должна была начаться новая историческая эра нефтяной революции, которая должна была заложить фундамент новой международной нефтегазовой отрасли.

Современная нефтегазовая промышленность началась в Америке в девятнадцатом веке. В течение первой четверти этого столетия отдельные производители нефти построили плотины в западной части Пенсильвании в месте под названием Крик, где, как было известно, откладывалась нефть. Это позволило сырой нефти плавать на поверхности воды. Затем плавающее масло собирали, используя покрывала, расстеленные на поверхности воды, чтобы впитать масло, которое в конечном итоге было извлечено и продано по 2 доллара за галлон. Более того, примерно в этот же период

люди в Калифорнии перегоняли сырую нефть из утечек и использовали ее для освещения религиозных мест.

До 1870-х годов развитию нефтегазовой промышленности в России сильно препятствовали отсталость, отдаленность, а также неэффективность и коррумпированность царского правительства. Таким образом, только в 1870 году нефтегазовая отрасль в России сделала свой первый прорыв в экспансии. Правительство России открыло отрасль для конкурентного участия. Крупные нефтяные скважины начали появляться в российской нефтегазовой промышленности примерно в 1871-1872 годах, и к 1873 году более 200 скважин добывали сырую нефть.

В начале двадцатого века (1900-е годы) совершенство освещения от электричества оказало очень существенное негативное влияние на спрос на керосин, основной продукт тогдашней нефтегазовой промышленности. Это явно означало неизбежную гибель не только для американской нефтегазовой отрасли, но и для мировой индустрии. Ранее упоминалось, что другие нефтепродукты, такие как бензин, газ, дизельное топливо и т.д., производимые совместно с керосином, были просто побочными продуктами, которые обычно выбрасывались ночью в моря или реках. Следовательно, возможное падение рынка керосина как источника света означало, что нефтегазовая промышленность была на грани краха. В этот самый момент, неожиданное событие развернулось и возродило светлое будущее нефтегазовой отрасли. Таким образом, изобретение машин внутреннего сгорания, например, автомобилей, заводских механизмов и т.д., открылся выгодный рынок для других почти бесполезных нефтепродуктов. Следовательно, бензин, газ, дизельное топливо, смазочные материалы и т.д. Стали ценными и продаваемыми, что позволило возродить нефтегазовую промышленность.

Одностороннее снижение цены нефти, объявленное Standard Oil в 1960 году, настаивало на том, что тогдашний председатель компании вызвал ярость со стороны основных стран-экспортеров нефти. Основные страны-экспортеры нефти, такие как Иран, Венесуэла, Саудовская Аравия, Кувейт, Ирак и Катар (в качестве наблюдателя) встретились в ответ на снижение цен на нефть. Между собой эти страны обеспечивали 80% поставок нефти в мире в то время. Их реакция приняла форму создания Организации стран-экспортеров нефти (ОПЕК), и они прояснили две основные цели формирования организации: во-первых, защитить объявленную цену на нефть, а во-вторых, чтобы избежать одностороннего снижения цены западными транснациональными корпорациями.

Казахстан является одной из крупнейших стран мира по запасам гидроуглеродного сырья. В Казахстане сосредоточено 3% мировых запасов нефти. История развития нефтегазодобывающей отрасли экономики Казахстана связана с освоением нефтяного месторождения Урало-Эмбинского бассейна. Бассейн занимает площадь более 500 тысяч квадратных метров, а административно охватывает Атыраускую, Западно-Казахстанскую и Актюбинскую области Западного Казахстана. Ежегодно

увеличивается объем добычи нефти и ее экспорта. За 2006-2010 годы добыча нефти в Казахстане выросла с 54,3 до 68,1 млн. тонн, экспорт – с 47,9 до 58,2 млн. тонн. В 2010 году Казахстану принадлежало 12,4% всей добытой нефти в СНГ. Увеличение нефтедобычи и экспорта нефти связано с дальнейшим освоением старых и поддержанием в эксплуатации новых месторождений нефти. Согласно прогнозу, в 2020 году предполагается увеличить добычу нефти до 130 млн. тонн.

Данные этого исторического обзора показывают, что нефть была связана с деятельностью человечества с древних времен. Как таковой углеводород был полезен человечеству с древних времен. В современном мире влияние нефтегазовой энергии на мировую экономику, несомненно, испытывалось во всем мире в ряде исторических экономических событий, таких, как спад, экономический рост, бум, улучшение благосостояния и война. Это влияние, которое в некоторых случаях было неблагоприятным и благоприятным в некоторых других, делает энергетику нефти и газа лелеемой, но все же презираемой. Нефть и газ незаменимы для человеческого существования, особенно в развитых странах. Даже в менее развитой части мира жизнь была бы очень трудной без углеводородных энергий. В соответствии с этим аргументом отмечается, что:

Пока какой-нибудь альтернативный источник энергии не будет найден в достаточных масштабах, нефть все равно будет иметь далеко идущие последствия для мировой экономики; Основные ценовые движения могут стимулировать экономический рост или, наоборот, стимулировать инфляцию и способствовать началу рецессии.

Цены на углеводородную энергию продолжают расти, и это делает производство более дорогим и, следовательно, повышает цены на товары и услуги. Эмиссия ПГ, ответственная за современный климатический кризис, связанный с изменением климата, связанный со всеми углеводородами, является еще одной нежелательной особенностью нефти и природного газа. Более того, из-за волатильности, связанной с ценой на нефть, и мультипликативного влияния этой волатильности на мировую экономику, эксперты по энергетике давно предлагают поиск других источников энергии, альтернативных нефти и газу. Хотя было найдено много других альтернативных источников энергии, как возобновляемых (например, энергии ветра, солнечной энергии, энергии биотоплива, геотермальной энергии), так и не возобновляемых (сланцевый газ, уран), тем не менее, углеводороды остаются наиболее доминирующими источниками энергии для человечества, и это господство сохранится на долгие годы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Мировая экономика : учебник / под ред. проф. А.С. Булатова. – Москва : Экономистъ, 2005. – 734 с. – Текст : непосредственный.

2. Юров, Ю. И. Основы горного дела. История развития и основные термины. В 2-х ч. Ч. 1 / Ю. И. Юров. – Москва : ООО "ТНТ", 2012. – 392 с.

3. Бушуев, В. В. Мировой нефтегазовый рынок : инновационные тенденции / В. В. Бушуев. – Москва : Энергия, 2016. – 138 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: Рахимбекова Ж.С., канд. экон. наук, доцент, Almaty Management University, Казахстан, г. Алматы.

OVERVIEW OF THE GLOBAL OIL AND GAS INDUSTRY: A SHORT PATH FROM ANCIENT TIMES TO THE MODERN WORLD

Research supervisor: Rakhimbekova Zh.S., candidate of economic sciences, associate professor, Almaty Management University, Kazakhstan, Almaty.

Abstract: This article draws on scientific and historical literature to embark on a historical journey of discovery, development and use of oil and other hydrocarbon energy resources by mankind. The author traces the exploration and use of oil and gas from the ancient world to the modern oil and gas industry, which began in America and spread to other parts of the world. Based on this brief yet detailed global historical overview of the oil and gas industry, the paper concludes that until some alternative energy sources are discovered on an economically large scale, hydrocarbons will continue to have their enormous dominance and influence on the world economy, politics, and other social activities for many years to come.

Keywords: history, field, reserves, oil industry, resources, consumption, pricing.

УДК 331

ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

*Скорюкова А.М., студент
ФГБОУ ВО Череповецкий государственный университет, г. Череповец*

Аннотация: целью статьи является уточнение понятий «информационная безопасность» на предприятии, рассмотрение средств защиты предприятий, угроз, востребованности защиты информации на предприятиях.

Ключевые слова: информация, информационная безопасность, угрозы информационной безопасности, средства защиты информации, предприятие.

Одной из актуальных современных проблем государства является обеспечение информационной безопасности бизнеса, обусловленной ростом цифровизации в современном обществе. Цифровые технологии на

предприятиях особо востребованы для хранения важной информации, а также осуществления купли – продажи, совершения экономических сделок между юридическими лицами. Однако сведения о субъектах или объектах компаний, перемещающихся по цифровым источникам, подвергаются большому риску. Проблему защиты информации как раз решает информационная безопасность.

Обратимся к уточнению терминологии. С. И. Макаренко дает следующее понятие информационной безопасности (ИБ) – это защищенность информации и поддерживающей инфраструктуры от случайных или преднамеренных воздействий естественного или искусственного характера, которые могут нанести неприемлемый ущерб субъектам информационных отношений, в том числе владельцам и пользователям информации и поддерживающей инфраструктуры [2].

Несмотря на необходимость инвестирования в данную сферу, многие предприниматели не предсказывают возможных рисков и не вкладывают денежных средств в развитие ИБ внутри собственного бизнеса. Сталкиваясь с угрозами напрямую, организация несёт финансовые убытки, удар по репутации компании. Как показало исследование «Лаборатории Касперского», более половины предприятий в России (58%) полагают, что их индустриальные системы подвергнутся большому риску столкновения с киберугрозами из-за распространения промышленного интернета вещей [1]. Данный факт указывает на проблему развития информационной безопасности на предприятиях. Выделим угрозы информационной безопасности:

- утечка внутренней информации организаций и предприятий;
- халатность и неопытность сотрудников (саботаж);
- мошенничество;
- вредоносные программы.

Одной из основных угроз является утечка внутренней информации организаций и предприятий. К примеру, можно отметить утечку информации в банке или ином финансовом учреждении. Следует отметить, что наиболее частым способом оплаты товаров и услуг в 2018 году, как и по настоящее время являются различные банковские карты (80%) [3]. Если произойдет утечка информации о банковской карте клиента, то это привлечет компанию к ответственности, нанеся удар по репутации и, возможно, ее бюджету. Во избежание подобных ситуаций Сбербанк внедрил в приложение «Сбербанк Онлайн» защитное решение Kaspersky Fraud Prevention, блокирующее угрозы непосредственно на смартфоне пользователя, создавая тем самым удобную систему пользования приложением, минимизируя риски утечки данных банковских карт и предотвращая кражу мошенниками [1].

Рассмотрим основные используемые средства защиты информации организациями в России (табл.1) [3]:

Табл. 1. Основные используемые средства защиты информации организациями

Средства защиты информации	2018 год (процент от общего числа организаций)
Регулярно обновляемые антивирусные программы	79,2
Средства электронной цифровой подписи	78,9
Технические средства аутентификации пользователей	60,2
Программные, аппаратные средства, препятствующие несанкционированному доступу вредоносных программ	56,0
Средства строгой аутентификации	54,7
Спам-фильтр	48,6
Средства шифрования	45,8
Системы обнаружения вторжения в компьютер или сеть	37,3
Программные средства автоматизации процессов анализа и контроля защищенности компьютерных систем	31,2

Данные, приведенные в таблице, позволяют утверждать, что первым средством защиты выступает регулярно обновляемые антивирусные программы. Нужно отметить, что с каждым годом увеличивается число хакерских атак. Если ранее главным направлением являлась защита информации предприятия (например, в 2016 г. разница между электронной цифровой подписью и антивирусной программой составляла 1,4%) [3], то сейчас защита цифровых технологий представляет большую важность, так как внедрение вируса может как проникнуть в базу данных, так и полностью нарушить ее систему, представляя тем самым массовую угрозу для компании. Рассмотрим на примере вредоносную программу, которая нарушила работу цифровых технологий и информационных систем не только множества компаний, но и государственных учреждений. Так, 12 мая 2017 года были заподозрены активные действия вредоносной программы-вымогателей, сетевого червя – WannaCry/WannaCrypt, действующей с целью извлечения денежных средств, посредством выкупа за расшифровку файлов [1]. Так как многие компании не имели надежной экономической безопасности, то создатели вируса с большими успехами получали желаемое.

Даже те компании, которые расходуют достаточно средств на информационное обеспечение и его защиту могут быть подвергнуты вторжению вредоносных атак или утечке информации, однако это не означает, что инвестирование в информационную безопасность бессмысленно, наоборот, все представленные выше примеры подтверждают важность развития этой сферы. Цифровой век предоставляет немало возможностей, и чтобы полностью реализовывать бизнес идеи, не потеряв при этом большой объём вложенных денежных средств, следует помнить о безопасности данных, как компаний, так и субъектов, участвующих в жизненном цикле предприятия или организации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Kaspersky. Промышленные компании беспокоятся не о том : исследование «Лаборатории Касперского» выявило слабые места российских предприятий. 2018. – URL : https://www.kaspersky.ru/about/press-releases/2018_ics-cybersecurity. – Текст : электронный.

2. Макаренко, С. И. Информационная безопасность : учеб. пособие / С. И. Макаренко. – Ставрополь : СФ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2009. – 372 с. – Текст : непосредственный.

3. Федеральная служба государственной статистики. Информационное общество в Российской Федерации. 2019 : статистический сборник / М. А. Сабельникова, Г. И. Абдрахманова, Л. М. Гохберг [и др.] ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – URL : <https://www.gks.ru/storage/mediabank/info-ob2019.pdf>. – Текст : электронный.

Научный руководитель: Крылова Н.П., доцент, Череповецкий государственный университет, г. Череповец.

FEATURES OF INFORMATION SECURITY AT THE ENTERPRISE

Author: Skoryukova A.M., student, arina.sokolova.01@list.ru

Research supervisor: Krylova N.P., associate professor of Cherepovets State University.

Abstract: the purpose of this article is to clarify the concept of “information security” at the enterprises, to analyze means of enterprise protection, information threats, the relevance of information protection at the enterprise.

Keywords: information, information security, information security threats, protection of information, enterprise.

АКТИВИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ЧЕРНУЮ МЕТАЛЛУРГИЮ

Соловьева А.В., студент

ФГБОУ ВО «Череповецкий государственный университет», г. Череповец

Аннотация: Инвестиции в предприятия черной металлургии растут в течение последних пяти лет. В статье рассмотрена деятельность флагманов российской металлургической промышленности, проанализированы основные направления их инвестиционной деятельности. Автором выявлены приоритетные тенденции развития отрасли и определены последствия проведения данных реформ.

Ключевые слова: Черная металлургия, металлургическая промышленность, инвестиции, цифровизация, эффективность производства.

Металлургическая промышленность играет значительную роль в мировом и отечественном экономическом развитии. По важности для экономики России, металлургия занимает второе место после нефтегазовой промышленности, а также составляет 5% в структуре отечественного ВВП. Значимость данной отрасли заключается в том, что она является фундаментом для строительства, машиностроения и топливно-энергетического комплекса, которые являются основными отраслями и в совокупности составляют 58% ВВП государства [2].

«Северсталь», «ММК», «НЛМК», «Металлоинвест», «Мечел» и «Евраз» являются флагманами российского металлургического комплекса. Выпуск металла данных компаний составляет 89% от общего объема в России (по данным РБК за 2018 год). При сравнении 2017 г. и 2018 г. отмечается рост экспорта плоского проката из РФ на 10% в денежном выражении, учитывая тот факт, что произошло снижение на 3% в натуральном эквиваленте. Экспорт труб вырос как в денежном выражении (на 26%), так и в натуральном (на 15%). Несмотря на опережающий рост спроса на сталь, который наблюдается как в РФ, так и в мире на протяжении последних двух лет, аналитики Deloitte считают, что различные факторы (например: замедление автомобильного сектора, повышение процентных ставок и т.д.) окажут отрицательное влияние на спрос на металл уже в ближайшие годы [5].

Также необходимо отметить, что сектор промпроизводства недостаточно мотивирован на участие в инновационном развитии, также ограничены отечественные предложения научно-технических инноваций для введения их в производственную деятельность [3].

Металлургическая промышленность на данный момент находится в стадии своего активного развития и является доминирующим поставщиком конструкционных материалов для отечественной экономики. Поэтому од-

ной из главных угроз развития металлургической отрасли выступает недостаточное количество инвестиций в ее инфраструктуру и смежные сырьевые отрасли. По причине этого необходимо разработать комплексную стратегию инвестиционного развития и обеспечить межотраслевое взаимодействие. Для получения конкурентного преимущества на рынке многие из металлургических предприятий включились в процесс вложения средств в модернизацию и обновление производственных мощностей, а также расширение сортамента продукции. Такие пути инвестиционного развития являются источником долгосрочного развития потенциала предприятий металлургии. Но при этом стоит отметить, что высокий уровень фондоемкости металлургии обозначает проблему ограниченности инвестиций. Основной проблемой металлургической отрасли является высокий уровень издержек, который постоянно растет. Аналитики McKinsey утверждают, что с 2004 г. по 2014 г. капитальные затраты увеличились на 33%, затраты на персонал – на 24%. Общие операционные затраты – на 90%. Это негативно отражается на стоимости выпускаемого продукта и его маржинальности [1].

Стоимость проектов технико-технологического перевооружения в отрасли исчисляется сотнями миллионов долларов, сроки окупаемости чаще всего превышают 5 лет. Собственные возможности металлургических предприятий по финансированию подобных высокочрезвычайных проектов ограничены. При этом инвестиции будут формироваться, в основном, за счет собственных средств компаний: амортизационных отчислений и прибыли, а также привлекаемых средств - кредитов отечественных и иностранных банков, облигационных займов, лизинга оборудования и продажи акций. Стоит отметить, что особо важным направлением привлечения инвестиций в черной металлургии РФ является цифровизация производства. Флагманы отечественной черной металлургии активно включились в процесс цифровой трансформации производства. Наибольших успехов в переходе на «цифру» достигли предприятия: Северсталь, ММК и НЛМК. Эти компании являются обладателями необходимой инфраструктурной основой и имеют нужное для осуществления цифровизации производства программное обеспечение. Так же стоит отметить, что их уровень инвестиций в «цифру» является достаточно высоким. Лидером в цифровой трансформации на данный момент является ПАО «Северсталь», так как активно инвестирует как в развитие производства в целом (в 2019 г. «Северсталь» инвестирует в развитие бизнеса \$1,4 млрд. против ожидаемых \$0,8 млрд. в 2018 г.), так и на его цифровое развитие (приблизительно \$0,084 млрд., что составляет более 6% от общих вложений) [4].

Тенденция увеличения объема инвестиций на цифровизацию и внедрение достижений НИОКР наблюдается в компании «Северсталь». За последние два года инвестиции компании в «цифру» увеличились на 4 млрд. руб. К направлениям, которые требуют наибольшее количество затрат, относится внедрение систем сквозной прослеживаемости металла. Данный проект ведется в трех направлениях: весоизмерение, машинная маркировка

распознавания и адресный учет продукции. Последний может быть контактным (на базе считывания штрих-кода, матричного кода или радиочастотных меток) и бесконтактным. Цифровая реформа должна оказать значительную поддержку металлургическим предприятиям, потому что именно с ее помощью возможно рационализировать производство и использование ресурсов, как природных, так и кадровых.

Инвестирование в цифровые технологии и проведение цифровизации – это, прежде всего, способ повышения эффективности производства и бизнеса. Металлургическим предприятиям необходимо выделять средства для данного направления развития производства на постоянной основе в целях достижения высоких результатов своей деятельности и получения конкурентного преимущества на рынке металлургии.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ведомости» – ежедневная деловая газета : [сайт]. – URL : <https://www.vedomosti.ru/salesdepartment/2018/12/24/novii-put-didzhitalizatsiyagornodobivayuschei-promishlennosti-i-metallurgii>. – Текст : электронный.
2. Газета «Коммерсантъ» : [сайт]. – URL : <https://www.kommersant.ru/doc/3947600>. – Текст : электронный.
3. Ламентова, А. Ю. Цифровизация промышленности как новая стратегия экономического развития / А. Ю. Ламентова. – Текст : непосредственный // Синергия наук. – 2018. – № 25. – С. 243-249.
4. ПАО «Северсталь» : [сайт]. – URL : <https://www.severstal.com>. – Текст : электронный.
5. РБК – информационное агентство : [сайт]. – URL : <https://plus.rbc.ru/news/5d3afb027a8aa958f95569f5>. Текст : электронный.

Научный руководитель: Яшалова Н.Н., д-р экон. наук, доцент, Череповецкий государственный университет.

ACTIVATION OF THE PROCESS OF ATTRACTING INVESTMENT IN FERROUS METALLURGY

Author: Solovieva A. V, student, alincher99@mail.ru.

Research supervisor: Yashalova N. N., Ph.D. in economics, professor of Cherepovets State University.

Abstract: Investments in ferrous metallurgy enterprises have been growing over the past five years. The article examines the activities of the flagships of the Russian metallurgical industry, analyzes the main directions of their investment activities. The author identifies priority trends in the development of the industry and determines the consequences of these reforms.

Keywords: Ferrous metallurgy, metallurgical industry, investment, digitalization, production efficiency.

ПРИМЕНЕНИЕ ФОРСАЙТ-ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ СФЕРЫ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ*

*Стовба Е.В., доцент, канд. экон. наук
Бирский филиал ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет», г. Бирск*

Аннотация: В статье обосновывается необходимость использования форсайт-технологий при проектировании стратегии развития агропродовольственной сферы сельских территорий. Рассмотрены методические аспекты проведения форсайт-исследования сельских территорий. Представлены результаты форсайт-прогнозирования объемов производства агропродовольственной продукции на примере агроформирований Нечерноземной зоны Республики Башкортостан.

Ключевые слова: форсайт, форсайт-технологии, агропродовольственная сфера, сельские территории.

В настоящее время отмечается усиленный интерес научной общественности к проблематике использования форсайт-технологий при стратегическом планировании развития пространственных территориальных систем. Проектирование форсайт-исследований базируется, с одной стороны, на предопределенности управленческих решений ключевых акторов представляемой «картиной будущего» и, с другой стороны, определяется выбором предпочтительных сценариев развития, которые зависят от результатов действий этих акторов. В свою очередь, исследования будущего включают определение основных интересов и факторов, построение и учет трендов, анализ с целью определения альтернатив развития сельских территорий [1; 3].

Сегодня форсайтные исследования формируют создание нового типа экспертно-аналитических центров, мозговых центров и «фабрик мысли» как определенных проектных организационных структур создания инновационных идей. Характерной чертой форсайта является, во-первых, использование комбинации нескольких методов исследований, во-вторых, применение знаний экспертов в области науки, бизнеса и власти. Экономист П. Беккер справедливо рассматривает форсайт как активное познание будущего и видение среднесрочной и долгосрочной перспектив в науке,

* Исследования выполнены при финансовой поддержке РФФИ и Республики Башкортостан в рамках научного проекта «Стратегическое планирование социально-экономического развития сельских территорий Республики Башкортостан на основе методологии форсайта», проект № [19-410-020016](#) p_a.

экономике и обществе с целью поддержки и мобилизации объединенных усилий для принятия и исполнения актуальных решений [4, с.7].

Форсайт представляет собой не только систему методов, позволяющих проводить экспертную оценку, но и определенную комбинацию процесса и результатов прогнозирования. Одним из важнейших результатов форсайт-исследований является выделение целевых индикаторов и стратегических ориентиров развития агропродовольственной сферы сельских территорий, а также разработка практических мероприятий по их проектированию. Современный форсайт определяет интенсивное применение комбинации методов исследований и в настоящее время большинство проводимых отечественных форсайт-исследований в основном ориентировано на процессы интеграции управленческих решений в практическую деятельность.

Первостепенное значение в отечественных форсайт-исследованиях уделяется формулировке дедуктивных заключений, а именно: выводам частных фактов из общих методологических принципов. На уровне регионов форсайт-проекты сформированы в Иркутской и Саратовской областях, в Пермском и Красноярском крае и в ряде других субъектов РФ; в Республике Саха, был организован предфорсайт. Также широкое распространение получили тематические территориальные форсайты (гг. Санкт-Петербург, Екатеринбург, Иркутск, Томск, Пермь и Пенза).

При этом в российской практике форсайт-исследований не выработан единый организационный механизм взаимодействия муниципальных властей с местным экспертным сообществом и не разработан эталонный инструментальный форсайт-исследований развития сельских муниципальных образований. В этой связи актуальными и значимыми являются аспекты совершенствования методики форсайта для формирования практического механизма стратегического планирования развития сельских территорий. Как подчеркивает С. Переслегин: «методика "форсайт" изначально была разработана не для предсказания будущего, а скорее как средство согласования позиций лиц, принимающих решения» [2, с.27].

На наш взгляд, в методическом отношении разработка и инициализация форсайт-исследования должна включать:

1. Подбор и детализацию групп экспертов по направлениям проведения форсайта и уровню их профессиональной компетентности и осведомленности.

2. Анализ экспертного знания, проведение экспертного анализа наиболее перспективных направлений развития агропродовольственной сферы сельских территорий применительно к установленному временному горизонту с использованием методологии форсайта.

3. Проведение исследований среди сельских жителей, обсуждение многошаговой экспертизы, согласование стратегических планов развития агропродовольственной сферы сельских территорий с представителями

исполнительной власти, производственной сферы и агробизнеса, разработка и структуризация комплекса практических мероприятий форсайт-исследования.

В рамках исследования нами был проведен форсайт-опрос экспертов (представителей исполнительной и законодательной региональной власти, научно-исследовательского сообщества, представителей общественности, средств массовой информации, агробизнеса и глав сельских муниципальных образований) относительно перспектив развития агропродовольственной сферы сельских территорий Нечерноземной зоны Республики Башкортостан. Основные задачи осуществления форсайтинга базировались на определение стратегических направлений для проектирования сценариев развития агропродовольственной сферы сельских территорий, последующего достижения консенсуса среди представителей экспертного сообщества для выбора желаемого сценария устойчивого развития и формирование мероприятий по его реализации.

Результаты проведенного форсайт-прогнозирования объемов производства агропродовольственной продукции в агроформированиях Нечерноземной зоны Республики Башкортостан представлены на рисунке 1.

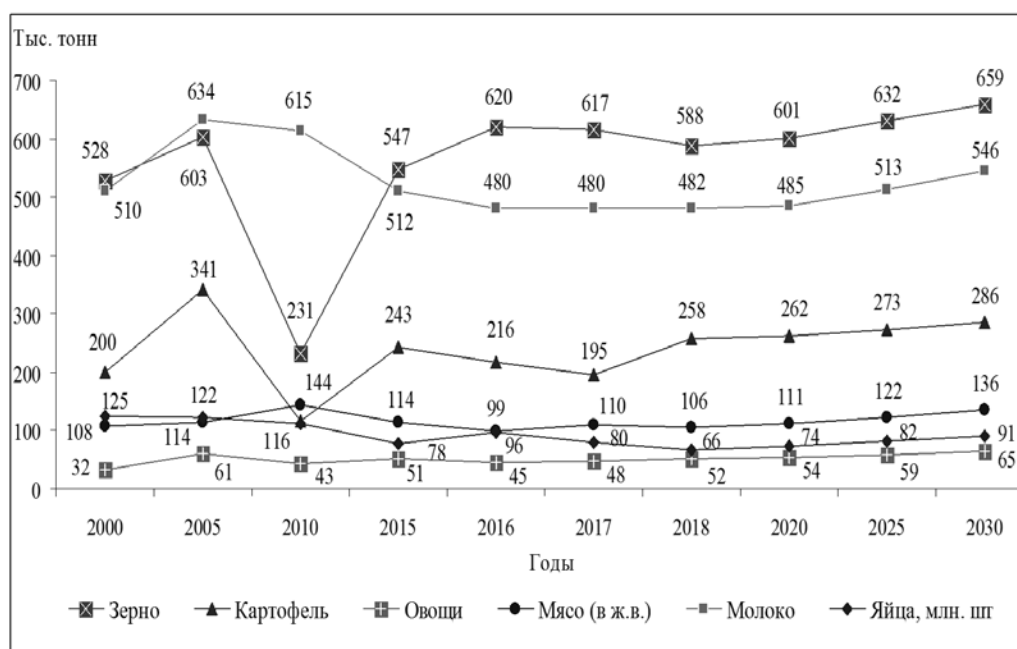


Рис. 1. Форсайт-прогнозирование объемов производства агропродовольственной продукции в агроформированиях Нечерноземной зоны Республики Башкортостан

Данный прогноз ориентирован преимущественно на реализацию сценария устойчивого развития агропродовольственной сферы сельских территорий. Реализация «желательного» варианта будущего развития аг-

ропродовольственной сферы сельских территорий, безусловно, во многом зависит от активных действий управленческих структур, предпринимаемых в настоящее время.

Важно подчеркнуть, что практическая реализация параметров сформированного сценария устойчивого развития позволит сельским товаропроизводителям значительную часть товарной продукции отправить на экспорт, что, в свою очередь, поможет сельскохозяйственным организациям существенно улучшить свое экономическое положение. Результаты проведенного форсайт-исследования помогают сформировать контур «дорожной карты» развития агропродовольственной сферы сельских территорий Нечерноземной зоны Республики Башкортостан с позиции улучшения ее экономической составляющей на долгосрочную перспективу.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ковшов, В. А. Государственные программы как инструмент стратегического планирования сельских территорий / В. А. Ковшов, М. Т. Лукьянова, Е. В. Стомба. – Текст : непосредственный // Экономика и управление : научно-практический журнал. – 2019. – № 4 (148). – С. 90-93.

2. Переслегин, С. Б. Новые карты будущего, или Анти-Рэнд / С. Б. Переслегин. – Москва : АСТ; Санкт-Петербург : Terra Fantastica, 2009. – 701 с. – Текст : непосредственный.

3. Стомба, Е. В. Роль инноваций в стратегическом планировании развития агропродовольственного комплекса региона / Е. В. Стомба, А. В. Стомба. – Текст : непосредственный // Экономика : вчера, сегодня, завтра. – 2016. – № 6. – С. 121-132.

4. Becker, P. Corporate Foresight in Europe : A First Overview / P. Becker. – Luxembourg : Office for Official Publications of the European Communities, 2003. – 31 p. – Direct text.

APPLICATION OF FORESIGHT TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF RURAL AGRI-FOOD DEVELOPMENT STRATEGY

Author: Stovba E.V., associate professor, stovba2005@rambler.ru, Birk Branch of FSBEU HT «Bashkir State University», Birk.

Abstract: The article justifies the necessity of using foresight technologies in the design of the strategy for the development of the agri-food sphere of rural territories. Methodical projects of the foresight research of rural territories were considered. Results of foresight forecasting of volumes of production of agri-food products on the example of agri-formations of the Non-chernozem zone of the Republic of Bashkortostan are presented.

Keywords: foresight, foresight technologies, agri-food sphere, rural territories.

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Стукало К.Р., студент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотация: Конкурентоспособность организации как объекта управления является совокупностью взаимосвязанных элементов, направленных на обеспечение сильных конкурентных путей, поддержание существующих и создание новых конкурентных преимуществ. В статье определено место такого явления как конкурентоспособность предприятия в общей классификации объектов управления. Выяснено, что его можно отнести к функциональным (в отличие от производственных и структурных), которые требуют разработки специального механизма управления.

Ключевые слова: Управление, конкуренция, конкурентоспособность, объект управления, ресурсы, потенциал.

Постановка проблемы. На протяжении последнего десятилетия рыночные преобразования обуславливают изменения в системе управления предприятиями, которые будут адекватно отвечать внешней и современной конкурентной среде. Конкурентоспособность предприятия как объект управления представляет собой совокупность взаимосвязанных элементов, нацеленных на обеспечение сильных позиций конкуренции, поддержание существующих и создание новых конкурентных преимуществ. В современных условиях происходит постепенное усиление конкуренции, вследствие чего руководители предприятий находятся в постоянном поиске новых, соответствующих условиям конкуренции, инструментов и способов управления конкурентоспособностью предприятия, что и обуславливает актуальность изучения этой проблематики. Следует выделить, что одним из самых действенных средств обеспечения конкурентоспособности является система управления конкурентоспособностью.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием данной проблемы занимались многие ученые, среди каких: Ф. Котлер, М. Портер, Е. Сысоева, И. Фран, Р. Фатхудинов и другие. В научных трудах и практических рекомендациях исследователей освещены различные методические подходы к управлению конкурентоспособностью.

Формулировка целей статьи. Целью проведения исследования является углубление теоретических и методических положений управления конкурентоспособностью на современных предприятиях.

Изложение основного материала исследования. Сегодня предприятия и организации находятся в среде, которая постоянно изменяется. В перио-

ды коренных структурных преобразований могут удержать позиции только те организации, которые вовремя предусматривают тенденции изменений и мгновенно приспосабливаются к ним, используя возможности и шансы среды своего функционирования.

Конкуренция достаточно тонкое и гибкое понятие. В условиях сокращения спроса на товар или услугу наибольшие трудности испытывают производители некачественной продукции, неэффективные предприятия. При всей масштабности конкурентной борьбы выигрывает тот, кто анализирует и борется за свои конкурентные позиции. Одной из главных причин современной низкой конкурентоспособности товаров и услуг является неспособность предприятий отстаивать и расширять долю рынка, продвигать товары и удовлетворять интересы потребителя в полной мере. Кроме того, важной проблемой становится количественная оценка уровня конкурентоспособности товара и управления ею, так как это достаточно трудоемкий, интегрированный процесс, состоящий из взаимосвязанных составляющих и от которого зависит конкурентоспособность всего предприятия.

Сложность управления конкурентоспособностью предприятия заключается в том, что нет достаточного количества теоретических и практических методик достижения и поддержания позиций конкурентоспособности предприятия. С позиции процессного подхода управление конкурентоспособностью предприятия рассматривается как процесс реализации определенной совокупности управленческих функций: целеполагания, планирования, организации, мотивации и контроля деятельности по формированию конкурентных преимуществ и обеспечения жизнедеятельности предприятия как субъекта экономической деятельности [1].

Управление конкурентоспособностью не эквивалентно всей деятельности организации по достижению конечных целей, а включает в себя функции, связанные с разработкой и реализацией стратегии конкуренции, стимулирования к реализации, целевой ориентации к различным видам деятельности. Достижение конкурентоспособности является стратегической целью деятельности организаций, для которой необходима консолидация всех подразделений и звеньев системы управления предприятия. Конкурентоспособность предприятия в общей классификации объектов управления можно отнести к функциональным (в отличие от производственных и структурных), которые требуют разработки специального механизма управления.

По мнению Р. А. Фатхутдинова, под управлением конкурентоспособностью предприятия понимают аспекты выполнения общих функций управления, которые определяют стратегию и политику в области создания и реализации конкурентоспособных товаров, цели и ответственность в данной сфере деятельности предприятия, реализуемые с помощью таких средств, как планирование конкурентоспособности, оперативное управление и обеспечение конкурентоспособности, а также повышение в рамках определенной системы конкурентоспособности [3].

Исследователи Е. А. Сысоева, И. А. Фран считают, что управление конкурентоспособностью предприятия является открытой системой, имеет входы и выходы, а также состоит из руководящей и управляемой систем, которые тесно взаимодействуют, поскольку органически взаимосвязаны [2].

Следует отметить, что руководящая система содержит те составляющие элементы, которые обеспечивают процесс управления. В состав управляемой системы входят элементы, которые обеспечивают непосредственный процесс производственной, хозяйственной, коммерческой и других видов деятельности. В современной теории и практике доминирует идея рассматривать управление конкурентоспособностью предприятия как взаимосвязанный процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для достижения целей организации. Управление конкурентоспособностью можно рассматривать как совокупность элементов. Процесс управления конкурентоспособностью в общем виде можно представить через следующие этапы:

1. исследование конкурентоспособности предприятия;
2. определение конкурентных преимуществ и установление ключевых факторов успеха в конкурентной борьбе;
3. разработка конкурентной стратегии и выработки тактики;
4. внедрение положений стратегии в процессе осуществления предприятием хозяйственной деятельности;
5. определение результатов реализации конкурентной стратегии и ее совершенствование в ходе выявления несоответствий.

Данный процесс может быть реализован в случае применения эффективного механизма управления конкурентоспособностью, что является совокупностью средств и методов создания системы целостного управления развитием предприятия и результатом его деятельности для долгосрочного обеспечения его конкурентных позиций на рынке.

В свою очередь, внедрение в жизнь механизма будет иметь надлежащую эффективность только при условии функциональности системы управления конкурентоспособностью. Она является совокупностью подсистем, а также коммуникаций и процессов между ними, взаимодействие которых обеспечивает эффективное функционирование предприятия в конкурентной среде, его стабильное и безопасное развитие в будущем за счет постоянного развития потенциала предприятия.

Как указано в научной экономической литературе, решающую роль в осуществлении управления конкурентоспособностью предприятия через управление конкурентоспособностью продукции играют приоритеты управления, под которыми понимают целевые значения параметров производственно-экономической деятельности предприятия.

Ведущие экономисты к основным приоритетам управления относят: рентабельность производства, размер прибыли, долю отдельных видов продукции на конкретных рынках сбыта, минимальный объем реализации продукции по видам на конкретных рынках в натуральном выражении.

Перечень приоритетов управления может быть достаточно широким, он зависит от ситуации на предприятии, целей и стратегий руководства, воли владельцев капитала.

Выводы данного исследования. Современное предприятие, как один из основных механизмов обеспечения своей жизнедеятельности, должно использовать системное стратегическое управление конкурентоспособностью, сущность которого заключается в разработке стратегии и долгосрочной программе действий для достижения целей и решения задач по поддержанию или повышению конкурентоспособности с использованием ограниченного объема ресурсов в определенной рыночной ситуации. Конкурентоспособность предприятия в современных условиях хозяйствования определяется, прежде всего, умением максимально использовать в своих интересах рыночную ситуацию, которая сложилась или может сложиться на определенный промежуток времени, для увеличения производства, оказания услуг, товарооборота и получения максимальной прибыли. Главное, оценить возможности предприятия по улучшению или удержанию своих позиций. Итак, потенциальные возможности организаций и являются главным фактором в конкурентной борьбе, в которой побеждает тот, кто имеет больший потенциал к росту, к завоеванию различных рынков, к агрессивному наступлению, к маневрированию на рынке.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Лепа, Н. Н. Моделирование процессов управления развитием промышленных предприятий: монография / Н. Н. Лепа, Р. Н. Лепа, А. И. Пущкарь. – Донецк : Юго-Восток, ЛТД, 2005. – 347 с. – Текст : непосредственный.
2. Сысоева, Е. А. Факторы конкурентоспособности предприятия: подходы и составляющие / Е. А. Сысоева. – Текст : непосредственный // Экономические науки. – 2010. – Т. 73. – № 12. – С. 283-287.
3. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов – Москва : Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 544 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: Святелик Н.П., старший преподаватель, ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

MANAGEMENT OF COMPETITIVENESS IN MODERN ENTERPRISES

Author: Stukalo K.R., student, chamakh84@mail.ru.

Research supervisor: Svyatelik N.P., senior lecturer of Donetsk National University, city Donetsk.

Abstract: The competitiveness of an organization as a subject of management is a set of interrelated elements aimed at ensuring strong competitive

paths, maintaining existing ones and creating new competitive advantages. It was found out that it can be attributed to functional (unlike production and structural), which require the development of a special control mechanism.

Keywords: Management, competition, competitiveness, control object, resources, potential

УДК 658.7

ВНЕДРЕНИЕ УСТОЙЧИВОЙ ГОРОДСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ В ГОРОДЕ АЛМАТЫ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ГДАНЬСК)

Сырым К.Е., студент

Almaty Management University, Республика Казахстан, г. Алматы

Аннотация: В настоящее время в городе Алматы стоит проблема с городской мобильностью. Стоит вопрос о необходимости улучшения услуг общественного транспорта и проблемы с парковкой. Данную ситуацию усугубляет несогласованность и неорганизованность должностных лиц, отвечающих непосредственно за городскую мобильность. Эти и многие другие проблемы может решить применение зарубежного опыта, например то, как правительство Польши внедрило гибкую городскую мобильность в городе Гданьск.

Ключевые слова: городская мобильность, Алматы, Гданьск, транспорт.

Город Гданьск является крупнейшим городом на севере Польши и вместе с Сопотом и Гдыней образует тройной город на Балтийском море. Более 500 000 жителей Гданьска вынуждены преодолевать большие расстояния из-за того, что город простирается вдоль береговой линии, что непосредственно создает препятствия для передвижения жителей. Основные транспортные проблемы города – большие объемы пригородного движения, перегруженность, необходимость улучшения услуг общественного транспорта и проблемы с парковкой [1, с.1].

В 2017 году правительство Польши решило разработать план устойчивого городского передвижения в городе Гданьск [2, с.2]. В ходе разработки плана была реализована точечная стратегия участия, которая началась с самой команды, отвечающей за этот проект, и была распространена на городские районы, жителей, политиков, работников и большое количество профессионалов, связанных с этой сферой деятельности.

Стратегия проекта была тщательно проанализирована. Анализ был структурирован по разделу города на нижнюю и верхнюю террасу – и оценил, как на каждую часть города повлияли недавние транспортные проекты, а также возможные будущие меры. Социально-экономические данные

также использовались при анализе. Оценщики определили тенденции и потребности изменения населения в отношении транспорта. Все более стареющее население, а также большое сообщество студентов были основными демографическими факторами, которые следует учитывать при разработке устойчивых мер городской мобильности. Кроме того, необходимо было проанализировать основные экономические факторы. Факторы, подлежащие анализу, включали в себя наличие сильной морской индустрии вокруг порта, а также роль туризма и быстро растущий рынок финансовой и ИТ-индустрии, сосредоточенные в центре, а также в университетах и на транспортных узлах [3, с.3].

Транспортная система города Алматы имеет схожие проблемы с городской мобильностью Гданьска на 2017 год, такие как: управление внутренним движением и большим количеством пассажиров, въезжающих и выезжающих из города каждый рабочий день: более 500 000 автомобилей, пересекают пределы города Алматы каждый день утром и вечером. Помимо этого, общественный транспорт в этих городах является обширным, но ежегодные исследования удовлетворенности пассажиров выявляет ряд проблем. К ним относятся требуемое время в пути, пунктуальность, недостаточная связь между различными видами общественного транспорта и качеством и надежностью подвижного состава, а также конструкция и качество остановок общественного транспорта, а также пути, используемые для доступа к этим остановкам. И третьей, не менее важной проблемой является парковка в центре города и не только. Ряд проблем включает в себя отсутствие всеобъемлющей единой политики парковки для всего города, а также ее влияние на велосипедистов и пешеходов и на общественное пространство, которое оно занимает [4, с.4].

Именно в свете последних событий в области городского транспорта, а также сильных и слабых сторон его транспортной сети, описанных выше, городу Алматы необходимо разработать комплексную стратегию будущего развития городской мобильности и хорошим примером для этого станет нынешняя ситуация с городской мобильностью в городе Гданьск.

Целью Гданьска было создать такую городскую мобильность, которая будет охватывать все виды транспорта, как людей, так и товаров, включая все виды транспорта и их интермодальное использование. Команда была расширена для привлечения специалистов из академических кругов, представителей организаций и местных аварийных служб. Команда разработчиков применила инклюзивный подход к созданию единой городской мобильности, привлекая как можно больше заинтересованных сторон и адаптируя процесс разработки к местным потребностям. Кроме того, для каждого городского округа были проведены семинары, чтобы проконсультироваться по конкретным деталям каждого района, и были проведены отдельные семинары для городских советников. Кроме того, в общих собраниях участвовали жители, работники и все стороны, заинтересованные в устойчивой мобильности города [5, с.3].

Вторым шагом было определение основных целей будущей транспортной системы, чтобы установить четкую цель в самом начале процесса [6, с.3]. Это позволило сфокусировать работу на создании сценариев, оценке состояния и разработке соответствующих показателей. Основные цели были разработаны совместно с жителями, работниками, политическими и административными органами: Улучшение условий для пешеходного и велосипедного движения, в результате чего увеличивается модальная доля для пеших и велосипедных прогулок. Повышение безопасности всех участников дорожного движения, что приводит к снижению показателей дорожно-транспортных происшествий и повышению восприятия безопасности. Увеличение доли поездок на общественном транспорте в общем объеме поездок, что приводит к повышению качества общественного транспорта, расширению зон обслуживания и улучшению возможности пешеходного и велосипедного движения. Снижение негативного воздействия транспорта на людей, здоровье и окружающую среду, приводящее к сокращению выбросов парниковых газов, шума и пространства, используемого для транспорта, и, в частности, пространства, используемого для парковки. Повышение качества и доступности общественных мест для всех пользователей во всех городских районах, что приводит к повышению качества жизни в городе. Эти цели послужили основным ориентиром для дальнейшего развития городской мобильности в Гданьске и также могут послужить ориентиром для разработки транспортной системы в городе Алматы.

В качестве третьего шага, город выполнил анализ текущих транспортных вариантов в городе, чтобы определить существующее модальное разделение. Гданьск выбрал поэтапный, приоритетный подход: определив основные проблемы, стратегия и ее меры были разработаны для их решения. Различные области транспорта – такие как парковка, езда на велосипеде и ходьба, и общественный транспорт – были рассмотрены один за другим, начиная с тематического подробного анализа существующего положения для выявления сильных и слабых сторон [7, с.3]. Затем в свете этого были поставлены подробные цели и определены соответствующие меры для их достижения с учетом существующих обстоятельств. Работа в каждой области транспорта была объединена с консультациями с экспертами по мере необходимости – например, на семинарах.

Этот тематический подход к разработке транспортной системы позволил Гданьску полностью решить большое количество проблем и согласовать их друг с другом. Это включало в себя определение действий и их взаимозависимости, показателей для измерения эффективности реализации плана и детальную проработку того, как план должен оцениваться и контролироваться. Конкретное местное применение процесса разработки транспортной системы, которое характеризуется активным элементом участия и поэтапным подходом к решению наиболее сложных проблем город-

ской мобильности, привело к разработке комплексной и целостной стратегии развития городской мобильности.

Процесс разработки транспортной системы города Гданьск дает ряд выводов для системы Алматы. Использование большой команды разработчиков оказалось полезным. Это позволило объединить различные перспективы и охватило большинство аспектов городской жизни: интересы городских районов и жителей в целом; из групп с особыми интересами, эксперты, в том числе за пределами города, и лица, принимающие политические решения, были включены в окончательный план. Решение работать с транспортными вопросами по темам, начиная с самых сложных и многообещающих, также было успешным. Работа с видами транспорта и проблемами, в свою очередь, а не с использованием комплексного единовременного подхода, может быть необычной стратегией, но она послужила решением основных задач и созданием всеобъемлющего и согласованного общественного транспортного единства.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гданьск. – URL : <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D1%8C%D1%81%D0%BA>. – Текст : электронный.
2. Городской транспорт в Гданьске. – URL : <https://www.polandinfo.ru/Container/Details/2118>. – Текст : электронный.
3. Promoting the SUMP concept in Poland. – URL : <http://sump-network.eu/news/single/?newsid=1032&cHash=993376ace5d3157952565debbac84ec9>. – Текст : электронный.
4. Транспортные проблемы Алматы необходимо решать комплексно – Талгат Абдрахманов. – URL : https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31453479. – Текст : электронный.

Научный руководитель: Рахимбекова Ж.С., канд. экон. наук, доцент, Almaty Management University.

INTRODUCTION OF SUSTAINABLE URBAN MOBILITY IN ALMATY CITY, ON THE EXAMPLE OF GDANSK CITY

Author: Syrym K.E., student.

Research supervisor: Rakhimbekova Zh.S., PhD in Economics, Associate Professor of Almaty Management University.

Abstract: Currently in Almaty there is a problem with urban mobility. There is a need to improve public transport services and parking problems. This situation is exacerbated by the inconsistency and disorganization of officials directly responsible for urban mobility. These and many other problems may solve the application of foreign experience, such as how Poland 's government introduced flexible urban mobility in the city of Gdansk.

Keywords: urban mobility, Almaty, Gdansk, transport.

РОЛЬ И МЕСТО ИДК В ТАМОЖЕННОЙ ПРОВЕРКЕ

*Тен А.С., Сакенов А.Б., Лыков И.А., студенты
Almaty Management University, Республика Казахстан, г. Алматы*

Аннотация: В данной статье рассмотрено одно из самых перспективных средств контроля большегрузных транспортных средств инспекционно-досмотровый контроль. Также в целях усовершенствования таможенного законодательства предлагается новая форма таможенного контроля на инспекционно-досмотровом комплексе (ИДК). В статье рассматривается система таможенного контроля с использованием технических средств таможенного досмотрового контроля, а также возможные пути их совершенствования.

Ключевые слова: Таможенный контроль, таможенная служба, технические средства таможенного контроля, модификация ИДК (Информационных досмотровых Комплексов), развитие таможенного дела.

Развитие таможенного дела в Республике Казахстан проходило в определённо не простых условиях, которые образовались после развала СССР. Большое влияние оказало принятие новых реформ как экономических, так и социальных. Чувствовалась особая необходимость в развитии экономики на тот период, и было разработана стратегия поэтапного вхождения Республики Казахстан в систему организаций международной торговли, требовалось рассмотреть введение особых изменений в таможенной службе и экономической политике страны.

Одним из факторов для реализации запланированных изменений является таможенный контроль. Таможенный контроль это себя совокупность мер, осуществляемых таможенными органами по обеспечению соблюдения законодательства и международных. Контроль за исполнением деятельности возложен на таможенные органы страны. Основная цель в осуществлении таможенного контроля заключается в выявлении с помощью различных типов проверок соответствия проводимых таможенных операций и действий по таможенному законодательству, а также соблюдение физическими и юридическими лицами, участвующими в таможенной деятельности установленных таможенных правил и процедур [1].

В сфере таможенного дела огромную роль играют реализация функций, с помощью которых позволяет проведение поставленных задач, относящихся к таможенному контролю с применением всех доступных технических средств таможенного контроля, а также возможность их дальнейшей модификации. Значительность данной темы заключается в нехватке опыта и знаний по улучшению или оптимизации эффективности существующих на

данный момент технических средств таможенного контроля. В Республике Казахстан уделяют недостаточное внимание для создания новых и совершенствованию уже существующих технических средств таможенного досмотрового контроля, а именно инспекционно-досмотровым комплексам, что ведет к отставанию в данной сфере от других стран. Именно из-за медленного развития в данной области для Республики Казахстан не является позволительным обширное использование данных средств для улучшения и повышения эффективности таможенного оформления и контроля.

С развитием мировой экономики автомобильные и железнодорожные перевозки стали основным способом перевоза груза. Как показывает статистика, за 2016 год границу Казахстана пересекло свыше миллиона транспортных средств, в том числе железнодорожного транспорта. Тенденция постоянного роста грузооборота ведет к повышению вероятности контрабанды наркотиков, оружия, что может существенным образом отразиться на международных отношениях.

Проведение таможенного контроля и таможенного оформления состоит из комплекса действий проводимых таможенными структурами, в связи с перемещением физическими или юридическими лицами через таможенную границу тех или иных грузов или личностных средств. Для усовершенствования и повышения продуктивности таможенного контроля представляется необходимым и рациональным применение различных видов технических средств таможенного досмотра. Применение таможенных технических средств даёт возможность представить комплекс технических средств таможенного контроля в виде отдельных групп специальной техники, предназначенной для решения каждой задачи в целом или ее отдельных компонентов. Примером может выступать проверка документов, нужная для уточнения достоверности содержимого, перечисленных в них, а так же установления подлинности документации, а именно выявления в носителе подделок, что является правонарушением. Также использование ИДК дает возможность проведения экспертизы, распознавания состава, составляющих, химико-физических свойств веществ при помощи новейших приборов целью использования которых является противодействие незаконным операциям.

Немаловажную роль играет досмотровая рентгеновская техника. Которая позволяет осуществлять дистанционный контроль и имеет возможность быстрой мобилизации. Дистанционный контроль является важной частью таможенного контроля и функцией на пропускных пунктах, где приходится досматривать объёмные транспортные средства. Данный контроль позволяет увеличить пропускную способность на постах контроля.

Структурное решение оперативной задачи отслеживания контроля легковых автомашин и микроавтобусов также может быть проведено при помощи использования специальных инспекционно-досмотровых комплексов. Принцип работы систем основан на применении линейных ускорителей, различных мощностей формирующих рентгеновское излучение, и

для дальнейшей передачи информации с ее преждевременной обработкой и хранением. Системы осуществляют сканирование (просвечивание) контейнеров, грузовых и легковых автомашин, транспортных средств с проникающей способностью от 200 до 320 мм, стального эквивалента. Сформированное с помощью системы детектирования теневое рентгеновское изображение автоматически передается на рабочее место оператора. При просмотре полученных изображений на экране мониторов, рентгенограмм, оператор может обнаруживать запрещенные для перемещения предметы, а также принимать решение о соответствии перевозимого груза товаросопроводительным документам. Данные системы позволяют проводить процесс сканирования от 15 до 24 автотранспортных средств за час, до 200 железнодорожных транспортных средств за час [2]. Принцип работы систем позволяет разделять товары на группы. Примером можно рассмотреть следующие известные модели мобильного ИДК, такие как Система HCV-MOBILE, СТ-2630Т, СТ-6035. Остановимся более подробно на СТ-6035.

Инспекционно-досмотровый комплекс СТ-6035 на основе сверхмощного СВЧ-ускорителя способен обеспечить досмотр автомобилей в движении со скоростью до 70 км/ч. Инспекционно-досмотровый комплекс СТ-6035 был разработан несколькими предприятиями «Росэлектроники» в кооперации с НИИ ядерной физики МГУ и компанией «Скантроник Системс». ИДК предназначен для интроскопии (неразрушающего исследования) крупногабаритных объектов таможенного контроля – большегрузных автомобилей и контейнеровозов. Благодаря внедрению новой технологии на эффективность сканирования не влияют ни размер и вес автомобилей, ни повышенная плотность загрузки различными видами перевозимых в них товаров. Автотранспортное средство въезжает в одни ворота досмотрового туннеля, а выезжает через другие. Внутри туннеля находятся рельсы для перемещения передвижной рамы, компоненты которой обеспечивают генерацию рентгеновского излучения. Высота рамы должна быть выше объекта контроля, она составляет 4,8 м. Данные сканирования поступают в компьютерную систему, где формируется рентгеновский снимок объекта, который передается для анализа оператору изображений [3].

Риски. Как и любая техника, работа инспекционно-досмотровых комплексов зависит от качественного обслуживания и контроля работы. К сожалению, в наше время мир идет по пути развития IT-технологий, что означает шанс появления обходных путей данных комплексов. Начиная от вызовов специальных неполадок до информационных маскировок тех или иных средств. Также следует уделить внимание и возможность возникновения собственным техническим неполадкам, к примеру, сбоя программы отслеживания.

Заключение. Исходя из предоставленной информации, становится понятно, что Республике Казахстан требуется усилить напор в развитии таможенного контроля. Учитывая последние данные за 5 лет об объемах прохождения груза через таможенный контроль при помощи использования тамо-

женно-досмотровых комплексов, становится понятной нужность развития данных комплексов для улучшения экономической деятельности страны.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Методический кабинет «Информационно-вычислительных систем». – URL : <https://www.keu.kz/ru/section-table.html?start=380>. – Текст : электронный.
2. Роль и место ИДК в таможенной проверке. – URL : <https://pavlodar.com/zakon/?dok=06200&uro=080428>. – Текст : электронный.
3. Стационарный Комплекс СТ – 6035. – URL : <https://dosmotr.ru/catalog/dosmotrovye-kompleksy/statsionarnye/st-6035/>. – Текст : электронный.

Научный руководитель: Рахимбекова Ж.С., канд. экон. наук, доцент, Almaty Management University, Казахстан, г. Алматы.

ROLE AND PLACE OF IDK IN CUSTOMS REVIEW

Authors: Ten A.S., Sakenov A.B., Lykov I.A., students.

Research supervisor: Rakhimbekova Zh.S., candidate of economic sciences, associate professor, Almaty Management University, Kazakhstan, Almaty.

Abstract: In this article, customs control systems using technical means of customs inspection are available, as well as possible ways to improve them.

Keywords: Customs control, customs service, technical means of customs control, modification of IDK (Information Security Complexes).

УДК 334.024

АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В КАЗАХСТАНЕ

Утеген К.Б., студент

Almaty Management University, Республика, Казахстан, г. Алматы

Аннотация: Статья рассматривает особенности организационной культуры предприятия. Его влияние на продуктивность компании на теоретическо-практической основе. Также выявляет проблемы развития корпоративной культуры в Казахстане и аспекты их решения.

Ключевые слова: организационная культура, корпоративная культура, organizational culture, ценности, правила и нормы поведения.

Тема статьи актуальна и по сей день из-за её потребности к изменениям. Тем более, эффективность и успех компании напрямую зависит от её

организационной культуры. А в Казахстане многие предприятия не уделяют особого внимания формированию этой культуры. И это не только о ценностях и верованиях компании, но и внутренней и внешней организации рабочего места.

Цель данной статьи – продемонстрировать особенности организационной культуры и аспекты его развития в казахстанских компаниях.

Для начала, хотелось бы дать общее понятие организационной культуры (корпоративная культура), ее уровнях и особенностях. Это система общих правил, ценностей и убеждений компании, которая показывает персоналам какие нормы поведения приемлемы, а какие нет [6]. Особенности организационной культуры является то, что она определяет индивидуальность компании, повышает уровень лояльности среди рабочего персонала, влияет на сплоченную работу сотрудников как коллектива. Существует три уровня корпоративной культуры: 1) основные предположения, которые принимаются как должное и отражают убеждения о реальности и человеческой сущности; 2) ценности – это про стандарты, принципы и цели компании; 3) артефакты, указывающие на осязаемые и видимые аспекты организации. Не стоит забывать, что есть две стороны медали корпоративной культуры: первое – это то, что вышеперечисленные нормы поведения, ценности, цели, принципы влияют на культуру предприятия; а второе, наоборот, сама организационная культура формирует те же ценности, правила нормы и т.д. [6].

Во всех организациях была, есть и будет организационная культура. Вопрос только в том, какой она будет. Есть компании, которые имеют очень сильную организационную культуру, мотивируют своих сотрудников как материально, так и духовно, для большей эффективности работы труда. Так как, она влияет на общую продуктивность и успешность организации, что делает её преимущественно конкурентоспособным. Однако стоит отметить о ее потребности к периодическим изменениям из-за устаревающих практик и ценностей современности. [1] Ведь проблема возникает из-за недостаточного внимания формированию этой самой культуры.

А доказательством ко всему служат показатели 2015 года. В опросе, в котором участвовали крупные организации как отечественные, так и международные: Большая четвёрка, Национальные информационные технологии, Halliburton, Министерство Национальной экономики РК, ТШО, Nalyk bank, Билайн, Евразийский Банк, LC Waikiki, HomeMart и многие другие. В результатах опроса только 16% респондентов ответили, что не имеют понятия корпоративной культуры, а 84% ответили, что знают о ценностях, миссии и организационную культуру своих компании. Несмотря на это больше половины ответивших заявили, что у них нет планов карьерного роста следом за отсутствием программы адаптации новичков.

Тем более, 30% участвовавших в опросе ответили, что не рекомендуют свою компанию приемлемым для трудоустройства родным и близким. В результате это показывает, как слабо и недостаточно сформировано организационная культура. Ведь одно только понятие что это такое, не дает нам абсолютно ничего [3].

Исходя из этих данных, хотелось бы обратить внимание ещё на 7 измерений организационной культуры, среди которых Казахстанские компании могли бы найти подходящую для своей деятельности культуру. То самое звено, которое могло бы содействовать в их успешности и заработать статус самого лучшего в своей сфере, будь то продажи или услуги.

1) Инновационная культура. Компании с данной культурой, более адаптированы на эксперименты и более гибкие к изменениям.

2) Динамичная культура. Организации, придерживающиеся данной культуры, ценят конкурентоспособность и превосходят своих конкурентов. Однако это может привести провалу в корпоративной социальной ответственности.

3) Культура, ориентированная на результат. Название говорит сам за себя, компании больше нацелены на достижения и результаты.

4) Компании со стабильной (традиционной) культура ценят индивидуальные достижения для большей продуктивности целой организации. Но, как правило, из-за своей бюрократичности и стабильности они не склонны к динамичной среде.

5) Культура, ориентированная на людей. В таких компаниях ценится справедливость, поддержку, и уважение прав человека. Как правило в таких компаниях сотрудники не чувствуют себя обязанными и выбирать между работой и другими аспектами своей жизни, так как работа доставляет удовольствие. Ведь там, где тебя ценят, уважают и оценивают по достоинству, хочется остаться как можно дольше.

6) Культура регулирования деталей. В основном такой культуры придерживаются гостиничные компании, чем и отличаются от своих конкурентов. Так как они более внимательны к деталям, такому как предпочтения каждого посетителя (гостя), что заставляет их клиентов возвращаться туда снова и снова.

7) Командная культура. Организация стремится созданию партнерских отношений между сотрудниками, где они могут с легкостью подменить друг друга или же помочь, если возникает необходимость [6].

Эти виды культур помогают компаниям правильно ориентироваться в постановлении целей, ценностей и определенных норм, которыми должны вести за собой и своих сотрудников. Но при этом не стоит забывать, придерживаясь только одной из этих видов культур, далеко не уедешь. Во всем надо соблюдать баланс и гармонию, которая не даст сойти с поставленной миссии. В компаниях должны быть те самые лиде-

ры, способные обучать, вести тренинги, а также поддерживать обстановку организации для большей лояльности сотрудников. Ведь компания состоит из людей, которые в нем работают и способствуют процветанию целой организации. Именно эти люди могут, как построить эту компанию, так и привести к краху. В дополнении к этому идет тщательный отбор персонала. При отборе должен соблюдаться принцип отсеивания кандидатов не разделяющие ценности и традиции предприятия. Для таких целей можно сделать многоступенчатый отбор, куда входят тестирование, собеседование, решение задач т.п. После следует адаптация, социализация сотрудника в три этапа (знакомство, сравнения ожидания/реальности и их согласование). Далее обучение персонала и гибкая организационная структура. Самым важным является дизайн и интерьер физической среды, на которую многие казахстанские предприятия не уделяют особого внимания. Как бы то ни было, первым впечатлением играет визуализация, через что оцениваются материальные ценности предприятий. А именно здание, оформление рабочего места и зоны отдыха все это должно соответствовать определенной корпоративной культуре, которому придерживается сама компания.

Отдельно хотелось бы перечислить ряд организационной культуры, существующей в Казахстане:

1) Бюрократическо-ролевая – чаще всего применяется в крупных компаниях занимающие стабильные позиции на рынке.

2) Личностно-ориентированная – коллектив амбициозных и высококвалифицированных личностей, которым присуща иерархичные отношения.

3) Силовая организационная культура – это где у менеджера и лидерские и административные обязанности.

4) Целевая культура. В большинстве случаев у таких компании размытая структура, но существует очень жесткий контроль и очень ограниченные обязанности персонала.

И что важнее всего, так это влияние самой культуры и ценности Казахстана на формирование такой корпоративной культуры. Во-первых, это объективное восприятие среды как враждебную и опасную, где руководитель не доверяет своему окружению. Во-вторых, это представление морали в любых ситуациях. В-третьих, это ценность «семьи» (родственников, близких, знакомых). Хорошо если среди них есть профессионалы в какой-то сфере, но, когда таких нет, бизнес терпит неудачу.

При всем при этом хотелось бы выделить, что казахстанские компании все же пытаются исправить положение, проводя мотивационные и обучающие тренинги, а также программы повышения квалификации. Так сказать, эффективно использовать человеческие ресурсы, где обе стороны довольны и работают согласованно. В заключении хотим ска-

зять, что формирование корпоративной культуры довольно сложный и кропотливый процесс, охватывающий все аспекты управления компанией. Главное не дать внешней и внутренней среде препятствовать формированию и развитию организационной культуры. Эта статья требует дальнейшего и более глубокого исследования, что претендует на продолжение.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Баширов, М. А. Корпоративная культура организации как компонент системы менеджмента на предприятии / М. А. Баширов, А. А. Кайгородцев. – Текст : непосредственный // Вестник КАСУ. – 2005. – № 4. – С. 27-32.

2. Гельманова, З. С. Процедура трансформации организационной культуры / З. С. Гельманова, А. М. Даулетова, М. Ж. Турсумбаева. – Текст : непосредственный // Вестник КазЭУ. – 2012. – № 6 (90). – С. 80-87. – Текст : непосредственный.

3. Исследования Hipo.kz: Корпоративная культура в вашей компании. Hipo.kz. – URL : <https://hipo.kz/post/issledovanie-hipo-kz-korporativnaya-kultura-v-vashej-kompanii/>. – Текст : электронный.

4. Олянич, Д. Б., Теория организации: Понятие, структура и сущность оргкультуры / Д. Б. Олянич. – URL : <https://port-u.ru/organizatsionnaya-kultura>. . – Текст : электронный

5. Особенности формирования культуры бизнеса и корпоративной культуры в Казахстане // Студенческая библиотека онлайн, 2013-2020. – URL : https://studbooks.net/1444253/menedzhment/analiz_kultury_biznesa_kazahstane_primere_deyatelnosti. – Текст : электронный

6. Organizational Behavior. The University of Minnesota Libraries. – URL : <https://www.lib.umn.edu/> . – Text : electronic.

Научный руководитель: Рахимбекова Ж.С., канд. экон. наук, доцент Almaty Management University.

ASPECTS OF DEVELOPMENT OF ORGANIZATIONAL CULTURE IN KAZAKHSTAN

Author: Utegen K.B., student, ukeimino@gmail.com.

Research supervisor: Rakhimbekova Zh.S., PhD in Economics, docent of Almaty Management University.

Abstract: This article considers the features of the organizational culture of the enterprise. Its impact in the company's productivity on a theoretical and practical basis. It also identifies the problems of development of corporate culture in Kazakhstan and aspects of their solution.

Keywords: organizational culture, corporate culture, values, rules and norms of behavior.

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАБОЧЕГО ПОВЕДЕНИЯ

Харченко В.А., канд. экон. наук, доцент

Леонтьева Л.Н., студент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотация: Определены характеристики инновационного рабочего поведения сотрудников компаний. Обобщен зарубежный опыт в подготовке профессиональных специалистов на инновационной основе. Указана роль обучения и развития сотрудников компаний в получении инновационных результатов.

Ключевые слова: инновационное рабочее поведение, кадровая работа, развитие, дополнительное обучение, подготовка специалистов.

Кадровая работа может быть определена как система оперативных функций, таких как укомплектование штатов, отбор, разработка должностных инструкций, обучение и карьерное развитие, служебная аттестация и вознаграждение. Все больше внимания уделяется таким функциям стратегического уровня, как планирование и прогнозирование человеческих ресурсов. Кадровая работа состоит из конкретных практик, которые косвенно влияют на инновационный потенциал. Важно уделять особое внимание развитию лидерских качеств менеджеров, обладающих навыками организационного руководства, стратегического планирования и управления персоналом, имеющего решающее значение для поддержки инновационного сектора. Некоторые страны, такие как Бельгия, Канада и Корея, идут дальше, включая инновации в свои основные процессы управления персоналом.

Исследователи Р. В. Приходько и Т. С. Сорокина рассматривают японский опыт инновационного кадрового менеджмента [1], который характеризуется содействием компаний в подготовке студентов как профессиональных специалистов, путем непосредственного участия сотрудников компаний в учебном процессе в качестве преподавателей. Также в Японии присутствует направленность на совмещение профессий сотрудниками, чтобы обеспечить решение реальных проблем производства. При этом главной целью кадрового менеджмента является совместный учет интересов каждого сотрудника и интересов коллектива, компании. В рамках заинтересованности в повышении квалификации японские сотрудники постоянно направляются на переподготовку и повышение квалификации, происходит их дополнительное обучение не формальное, а в рамках внедрения современных технологий в кадровый менеджмент.

Анна С. Бос-Нехл и Андре А. Р. Венендал справедливо указывают, что компании могут наращивать свой человеческий капитал за счет обучения и практики развития [2]. Взаимосвязь между практикой обучения и развития и инновационным рабочим поведением рассматривается как феномен социального обмена, в котором сотрудники воспринимают практику обучения и развития как приверженность организации своим человеческим ресурсам, на которую они затем чувствуют потребность ответить взаимностью через позитивные отношения и поведение, которые формально не вознаграждаются или не подлежат принудительному исполнению по контракту.

Инновационное рабочее поведение определяется как преднамеренное поведение индивидов, направленное на продуцирование и реализацию новых и полезных идей, явно направленных на благо индивида, группы или организации. Это определение подразумевает, что инновационное рабочее поведение представляет собой нечто большее, чем творчество, хотя творчество является необходимой частью такого поведения, особенно в начале, чтобы генерировать новые и полезные идеи, однако оно шире, поскольку также включает в себя этап продвижения и реализации идеи. Как ожидается, инновационное рабочее поведение будет генерировать инновационные результаты и, следовательно, приносить пользу индивиду, группе или организации. Инновационные результаты могут варьироваться от расширения и обновления продуктов, услуг, процедур и процессов до эволюции новых методов производства и новых систем управления [3].

Обеспечение обучения и развития будет сигнализировать о том, что компания считает соответствующих сотрудников ценными и что она готова инвестировать в них. Сотрудники смогут определять, являются ли удовлетворительными возможности для участия в обучении или для развития самих себя; реагировать на возможности развития положительным отношением к организации, которая предлагает развитие. Эти позитивные установки приведут к поведению, которое будет ценным как для организации, так и для сотрудника. Когда сотрудники воспринимают возможности обучения и развития как полезные и ценные, они будут чувствовать себя лучше подготовленными к разработке новых идей. Обучение, по сравнению с другими практиками в области управления персоналом, оказывает наибольшее влияние на инновационную продукцию и инновации в технических системах. Сотрудники, воспринимающие свою организацию как способствующую обучению и развитию, будут демонстрировать более высокий уровень инновационного поведения на работе [2].

Существует связь между системами оценки эффективности, вознаграждением на основе стимулов и внутренними возможностями карьерного роста с инновациями: происходит влияние практики управления персоналом на участие сотрудников в инновационном развитии. Сочетание обу-

чения, оценки и индукции влияет на различные этапы организационного цикла обучения сотрудников: создание, обмен и внедрение знаний [4].

Таким образом, установлено, что уровень влияния кадровой работы на индивидуальное инновационное поведение зависит от восприятия сотрудниками своей рабочей среды. Формированию благоприятного инновационного климата, его укреплению и развитию, способствует обучение сотрудников, постоянное повышение их квалификации с использованием инновационных технологий и разработок. Кадровая работа должна начинаться со студенческих лет, когда компаниями уделяется должное внимание взаимодействию с высшими учебными заведениями в рамках учебного процесса, происходит предоставление ценных сотрудников-практиков для проведения аудиторных занятий, направленных на получение знаний, применимых в дальнейшей практической деятельности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Приходько, Р. В. Применение передовых способов улучшения производительности труда в России и за рубежом / Р. В. Приходько, Т. С. Сорокина. – Текст : непосредственный // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия : Экономика и экологический менеджмент. – 2019. – № 2. – С. 171-176.

2. Bos-Nehles, A. Perceptions of HR practices and innovative work behavior : the moderating effect of an innovative climate / A. Bos-Nehles, A. Veenendaal. – Text : electronic // The International Journal of Human Resource Management . – 2017. – URL : <https://doi.org/10.1080/09585192.2017.1380680> (date of the application 09.03.2020).

3. Bos-Nehles, A. HRM and innovative work behavior : a systematic literature review / A. Bos-Nehles, M. Renkema, M. Janssen – Text : electronic // Personnel Review. – 2017. – Vol. 46. – Issue : 7. – URL : <https://doi.org/10.1108/PR-09-2016-0257> (date of the application 09.03.2020).

4. Jørgensen, F. Human Resource Management and Innovation : What are Knowledge-Intensive Firms Doing? / F. Jørgensen, K. Becker, J. Matthews. – URL : https://eprints.qut.edu.au/27157/1/CINet_09_-_Jorgensen.pdf (date of the application 09.03.2020). . – Text : electronic

FORMATION AND DEVELOPMENT OF INNOVATIVE WORK BEHAVIOR

Authors: Kharchenko V.A., PhD, associate professor; Leont'eva, L.N., student, leonteva-lida@list.ru.

Abstract: The characteristics of innovative work behavior of employees of companies are defined. The article summarizes foreign experience in training professional specialists on an innovative basis. The role of training and development of company employees in obtaining innovative results is indicated.

Keywords: innovative work behavior, personnel work, development, additional training, training of specialists.

ВЛИЯНИЯ НАДЕЖНОСТИ БАНКОВСКОЙ ТАЙНЫ НА ПРИТОК КАПИТАЛА В ГОСУДАРСТВО (НА ПРИМЕРЕ ШВЕЙЦАРИИ)

Энгель О.О., студент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотация: В данном исследовании был проведен анализ деятельности Швейцарии как Мирового финансового центра в условиях отмены банковской тайны в странах Европы. Были изучены позиции Швейцарии в мировых рейтингах в 2019 году, а также динамика притока капитала в страну за последние 10 лет. Данное исследование продемонстрировало степень влияния надежности банковской тайны на приток капитала в Швейцарию и помогло оценить перспективы ее успешной деятельности как Мирового финансового центра на современном этапе.

Ключевые слова: банковская тайна, Швейцария, мировой финансовый центр, приток капитала.

Формирование в стране мирового финансового центра – одна из стратегических задач любого государства. Главной причиной является способность МФЦ «притягивать» капитал в страну, что в дальнейшем обеспечит глобальную конкурентоспособность финансового рынка данного государства. Отличным примером является Швейцария, которая, несмотря на отсутствие природных ресурсов, входит в ТОП-10 стран по уровню конкурентоспособности (табл.1) и занимает лидирующие позиции в таких рейтингах, как: рейтинг по размеру иностранных активов под управлением (1,84 трлн. долл.) и рейтинг эффективности инвестиций [4].

Табл. 1. Индекс глобальной конкурентоспособности стран в 2019 г. [2]

Рейтинг	Экономика	Индекс
1	Сингапур	84,8
2	Соединенные Штаты Америки	83,7
3	Гонконг	83,1
4	Нидерланды	82,4
5	Швейцария	82,3

В стране функционирует около 4 тыс. финансовых институтов, в том числе множество филиалов иностранных банков (табл. 2). На долю ее финансовых учреждений приходится примерно четверть мировых транснациональных активов.

Табл. 2. Основные статистические данные по банкам Швейцарии за 2019 г. [3]

Банки в Швейцарии	Всего активов, млрд. швейцарских франков	Число работников	Иностранная доля в % от баланса	
			Активы	Пассивы
Кантональные банки	575,3	17 322	5,6	12,9
Большие банки	1 566,4	39 786	64,8	59,0
Региональные и сберегательные банки	118,1	3 855	0,8	1,6
Райффайзен банки	225,3	9 079	3,6	6,9
Другие швейцарские банки	433,5	22 959	34,3	36,2
Контролируемые иностранными банками	231,3	15 805	54,7	65,7
Филиалы иностранных банков	93,3	1 079	20,1	89,2
Частные банки	6,2	531	22,1	40,0
Всего	3 249,4	110 415	41,6	43,4

Более 300 лет конфиденциальность была гордостью швейцарских банков и являлась их главной визитной карточкой. В XVII-XIX вв. банки Швейцарии кредитовали французских королей, а во время Второй мировой войны в ячейках швейцарских банков хранились богатства нацистов и евреев [1]. Политическая и экономическая стабильность Конфедерации, ее нейтралитет и неоспоримость сохранности банковской тайны превратили Швейцарию в тихую гавань.

Однако в результате усиленного давления со стороны стран Европейского Союза и ряда судебных исков США в отношении швейцарских банков и последующих за этим многомиллионных штрафах правительство Швейцарии приняло решение о необходимости перехода на автоматический обмен банковской информацией о нерезидентах (сохранность банковской тайны в отношении граждан Швейцарии действует и по сей день) и принятии участия в разработке новых стандартов налогообложения. Данная ситуация не может не отразиться на притоке капитала в государство и его деятельности как Мирового финансового центра.

Прежде всего, так как надежность банковской тайны в Швейцарии теперь находится под вопросом, клиенты могут перевести свои капиталы в другую юрисдикцию. Те клиенты, которые решат оставить свои сбережения, в свою очередь, могут потребовать обеспечить им более высокую доходность на вложенный капитал.

Стоит отметить, что с 2014 по 2018 гг. швейцарские банки предоставляли своим клиентам возможность легализации имеющихся на счетах

средств с минимальными последствиями (совместные с ЕС программы налоговой амнистии). Однако произошедшие изменения все же могли иметь определенные последствия для экономики страны. Для их выявления проанализируем динамику сберегательных вкладов в швейцарских банках за 2009 - 2018 годы (представлено в табл. 3).

Табл. 3. Сберегательные вклады швейцарских банков за период с 2009-2018 гг., млрд. швейцарских франков [3]

Год	Сберегательные вклады	Абсолютный прирост, млрд. швейцарских франков		Темпы роста, %	
		Цепные	Базисные	Цепные	Базисные
2009	427,00	—	—	—	100,00
2010	457,30	30,30	30,30	107,10	107,10
2011	489,60	32,30	62,60	107,06	114,66
2012	531,30	41,70	104,30	108,52	124,43
2013	607,00	75,70	180,00	114,25	142,15
2014	644,20	37,20	217,20	106,13	150,87
2015	693,60	49,40	266,60	107,67	162,44
2016	681,10	-12,50	254,10	98,20	159,51
2017	676,70	-4,40	249,70	99,35	158,48
2018	673,70	-3,00	246,70	99,56	157,78

Минимальный объем сберегательных вкладов в банках Швейцарии наблюдался в 2009 г. и составил 427 млрд. швейцарских франков, что связано с мировым финансовым кризисом. Максимальное значение пришлось на 2015 г. – 693,6 млрд. швейцарских франков (1 швейцарский франк = 1,01 доллар США). Наибольший абсолютный прирост, который был вычислен по формуле:

$$\Delta y = y_i - y_{i-1} \quad (1)$$

где $\bar{\Delta}$ – цепные абсолютные приросты, млрд. швейцарских франков;
 y_i – показатель i -го года, млрд. швейцарских франков;
 y_{i-1} – показатель предыдущего i -му года, млрд. швейцарских франков;
наблюдался в 2013 г. Абсолютный цепной прирост составил 75,7 млрд. швейцарских франков.

Цепные показатели темпов роста, рассчитанные по формуле 2, составили в 2013 г. по отношению к 2012 г. 114,25%:

$$T' = \frac{y_i}{y_{i-1}} * 100\%, \quad (2)$$

где T' – цепные темпы роста, %;
 y_i – показатель i -го года, млрд. швейцарских франков;
 y_{i-1} – показатель предыдущего i -му года, млрд. швейцарских франков.

Что касается базисных показателей, то наибольшая величина абсолютного прироста была в 2015 г. по отношению к базисному 2009 г. – 266,6 млрд. швейцарских франков. Аналогичная ситуация наблюдается и в исследованиях темпов роста. Максимальная величина темпов роста выпала на 2015 г. по отношению к 2009 г. – 162,44%. Необходимо отметить, что в 2015 году Швейцария пережила «валютный шок» в результате отказа швейцарского Центрального Банка (далее ЦБ) от поддержки фиксированного обменного курса франка к евро, что отразилось на ее экономике. Кроме того, были установлены отрицательные процентные ставки по кредитам и депозитам, что и повлияло на исследуемый показатель в период с 2015-2018 гг.

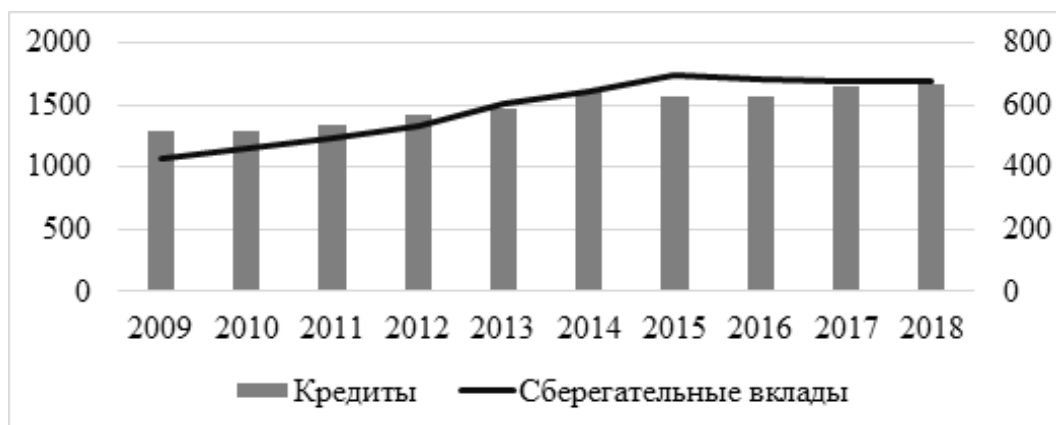


Рис. 1. Кредиты и сберегательные вклады швейцарских банков за период с 2009-2018 гг., млрд. швейцарских франков [3]

Опираясь на выше приведенные расчеты, мы можем сделать вывод о том, что особого ущерба как для всей экономики Швейцарии, так и для банковского сектора в частности в результате отмены банковской тайны нанесено не было (рис. 1).

Таким образом, уровень надежности банковской тайны не оказывает заметного влияния на приток капитала в страну, о чем свидетельствуют официальные данные о сберегательных вкладах на счетах швейцарских банков. Согласно заявлениям правительства Конфедерации, Швейцария обладает достаточными качествами, делающими ее одной из самых привлекательных финансовых площадок мира даже при отсутствии банковской тайны.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Волков, В. Истоки зарождения швейцарской банковской тайны / В. Волков. – Текст : электронный // Информационное агентство Swiss Banking Info. – 2017. – URL : <https://swissbankinginfo.blogspot.com/2017/03/1900.html>.
2. Индекс глобальной конкурентоспособности. – Текст : электронный // Гуманитарный портал. – 2019. – URL : <https://gtmarket.ru/ratings/global-competitiveness-index/info>.

3. Швейцария и UBS в фактах, цифрах и историях. – Текст : электронный // Официальный сайт UBS. – 2019. – URL : <https://www.ubs.com/ch/en/microsites/switzerland..>

4. Швейцария остается главным финансовым центром. – Текст : электронный // Компания «Nexus». – 2018. – URL : <https://www.nexus.ua/novosti-offshornogo-biznesa/shveytsariya-news/5367-shvejtsariya-ostaetsya-glavnym-finansovym-tsentrom>.

Научный руководитель: Ключкова О.В., канд. экон. наук, доцент, заместитель декана по ЗФО, ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

INFLUENCE OF BANK SECRECY RELIABILITY ON CAPITAL INFLOW TO THE STATE (ON THE EXAMPLE OF SWITZERLAND)

Author: Engel O.O., student, en_oks@mail.ru.

Research supervisor: Klochkova O.V. Ph.D., associate professor of Donetsk National University.

Abstract: This study shows the analysis of the activities of Switzerland as a Global financial center in the context of the abolition of bank secrecy in Europe. We studied the position of Switzerland in the world rankings in 2019, as well as the dynamics of capital inflows to the country over the past 10 years. This research demonstrated the degree of influence of the reliability of bank secrecy on the flow of capital to Switzerland and helped to assess the prospects for its successful operation as a Global financial center at the present stage.

Keywords: bank secrecy, Switzerland, Global financial center, capital inflow.

УДК 331

К ВОПРОСУ УРОВНЯ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Юшкова А.М., студент

ФГБОУ ВО Череповецкий государственный университет, г. Череповец

Аннотация: в работе рассматриваются некоторые особенности уровня занятости населения Вологодской области. Данный вопрос является актуальным в контексте общего развития экономики области. Целью работы является анализ ряда тенденций развития области, мероприятий, влияющих на показатели динамики занятости жителей Вологодской области.

Ключевые слова: рынок труда, уровень безработицы, население, динамика занятости, Вологодская область, стратегия.

Вологодская область занимает стратегически важное место в Северо-Западном федеральном округе, вопросы занятости населения являются

приоритетными для правительства области. Стратегия развития Вологодской области рассматривает вопросы занятости вологжан в контексте общего экономического развития региона. В соответствии с программой содействия занятости населения в Вологодской области на 2014-2020 гг. декларируется ряд ожиданий, в частности: не допустить рост численности безработных граждан; достигнуть уровня безработицы в 2020 г. до 5,9%.

По приведенным данным Росстата, в области зафиксировано изменение показателей численности экономически активного населения, занятых в экономике, безработных, официально зарегистрированных в государственных учреждениях службы занятости. Обратимся к количественным данным.

Табл. 1. Динамика численности экономически активного населения, занятых и безработных в Вологодской области, тыс. чел.

Годы	Численность рабочей силы	В том числе:		Уровень:	
		Занятых	безработных	занятых	безработных
2009	670,6	618,5	52,0	65,6	7,8
2010	654,0	602,8	51,2	64,5	7,8
2011	644,6	597,5	47,1	64,6	7,3
2012	640,3	603,3	37,0	65,9	5,8
2013	628,4	590,2	38,2	64,5	6,1
2014	624,6	589,7	34,8	65,2	5,6
2015	610,9	569,1	41,7	63,5	6,8
2016	610,7	570,5	40,2	64,3	6,6
2017	585,1	554,2	30,9	62,7	5,3
2018	576,5	547,2	29,3	62,1	5,1

В 2009 г. отмечается самое большое количество безработных, и высокий показатель занятости граждан также приходится на 2009 г. [1].

В период с 2013-2018 г. занятость населения ежегодно снижалась, достигнув показателя 547,2 тыс. чел. на 2018г. Занятое население распределяется неравномерно по отраслям, в частности, среди областей, в которых задействовано наименьшее количество жителей области: добыча полезных ископаемых, наибольшее количество населения заняты в обрабатываемых производствах, оптовой торговле, образовании, здравоохранении.

С 2009-2018 г. среднее количество безработных составило 40,24 тыс. чел. при среднем ежегодном его уменьшении на 2,3 тыс. человек или на 6,18%. Отмечается, что уровень безработицы составил 3,9% в 2018 г., при этом снижение показателя составило 0,6% в сравнении с предыдущим годом. Наибольший прирост работников пришелся на строительную отрасль, научную и техническую деятельность. По прошествии 2018 г. наибольшее снижение численности рабочих наблюдается в административной деятельности и дополнительных услугах [2].

Отметим, что большая часть занятого населения в Вологодской области имеет среднее профессиональное образование (квалифицированные рабочие), а также высшее образование. Численности лиц работающих без образования крайне мала и составляет 2,1 тыс. чел.

Можно выделить ряд мер, реализация которых, может привести к стабилизации уровня занятых в области. Среди них отметим следующие: внедрение на территории области национальной системы квалификаций; разработка регионального стандарта кадрового обеспечения; формирование регионального банка вакансий, цифровизация данного вида сервиса; повышение степени занятости инвалидов трудоспособного возраста; развитие системы социального партнерства в Вологодской области; также осуществляются мероприятия по стабилизации и расширению производства с целью сохранения и создания новых рабочих мест, более рационального использования трудовых ресурсов, сокращения неполной занятости работников и пр.

Правительство области планомерно реализует мероприятия, нацеленные на обеспечение баланса спроса и предложения рабочей силы, однако очевидна необходимость продолжения работы правительства, общественности и бизнес сообществ в данной сфере [2].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Вологдастат. Динамика рабочей силы. – URL : <http://vologdastat.gks.ru/>. – Текст : электронный.
2. Постановление о стратегии социально-экономического развития Вологодской области на период до 2030 г. – URL : https://vologda-oblast.ru/upload/iblock/cfe/strategiya_2030.pdf. – Текст : электронный.

Научный руководитель: Крылова Н.П., доцент, Череповецкий государственный университет, г. Череповец.

CONCERNING THE QUESTION OF POPULATION EMPLOYMENT LEVEL OF VOLOGDA REGION

Author: Yushkova A.M. yushkova_asya@mail.ru.

Research supervisor: Krylova N.P., associate professor of Cherepovets State University.

Abstract: the paper discusses some features of the dynamics of employment in the Vologda Oblast. This issue is relevant in the context of the overall development of the regional economy. The aim of the work is to analyze a number of development trends of the region, measures affecting the dynamics of employment of residents of the Vologda region.

Keywords: labor market, unemployment rate, population, employment dynamics, Vologda region, strategy.

УДК 343.3/7

ПРОБЛЕМЫ УГОЛОВНО-ПРАВОВОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ СОСТАВА ПРЕСТУПЛЕНИЯ - КЛОНИРОВАНИЕ ЧЕЛОВЕКА

Абильдинова К.М., лаборант

*Костанайский социально-технический университет имени академика З.
Алдамжар, Республика Казахстан, г. Костанай*

Аннотация: Тема клонирования человека не теряет своей актуальности уже на протяжении многих лет. Спорным остаётся вопрос потенциального вреда или же пользы для общества и человечества возможного появления клонов. В мире нет единого мнения о правовом регулировании подобных правоотношений.

Ключевые слова: геном человека, клонирование, клонирование человека, соматические клетки, эмбрион.

Клонирование законодательно запрещено в ряде развитых стран, таких, как ФРГ, Испании, Дании, Великобритания, Румыния и др. Криминализация клонирования человека в РК имеет ряд правовых вопросов, связанных с толкованием, квалификацией, применением данной нормы. Законодатель определил клонирование человека в 1 гл. особенной части уголовного кодекса РК и установил, что данное деяние посягает на достоинство человека.

Статья 129.УК РК Клонирование человека

1. Клонирование человека или использование человеческого эмбриона в коммерческих, военных или промышленных целях, а равно вывоз половых клеток или человеческого эмбриона из Республики Казахстан в этих же целях

– наказываются лишением свободы на срок до трех лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до двух лет или без такового.

2. Те же деяния, совершенные: 1) группой лиц, группой лиц по предварительному сговору; 2) неоднократно

– наказываются лишением свободы на срок от четырех до семи лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового.

3. Деяния, предусмотренные частями первой или второй настоящей статьи, совершенные преступной группой,

– наказываются лишением свободы на срок от семи до десяти лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до пяти лет [1].

Непосредственным основным объектом клонирования человека, как определяет законодатель, являются общественные отношения, обеспечивающие достоинство человека как представителя человеческого рода, индивидуальную целостность и неприкосновенность личности. Необходимо также уделить внимание непосредственному дополнительному объекту. Можем ли мы определить таковой жизнь и здоровье «суррогатной» матери и ребенка появившегося на свет в результате клонирования, а так же общественную безопасность. Ведь одной из главных причин негативного отношения к клонированию является несовершенство технологии репродуктивного клонирования.

Объективная сторона рассматриваемого уголовного правонарушения вызывает ещё больше вопросов. Думается, в отдельную норму необходимо выделить использование человеческого эмбриона в коммерческих, военных или промышленных целях, а равно вывоз половых клеток или человеческого эмбриона из Республики Казахстан в этих же целях. Ведь человеческий эмбрион может использоваться не только при клонировании человека. С каждым днём генная инженерия развивается, и уже рассматриваются вопросы генетической модификации эмбриона человека, что без необходимого контроля рано или поздно приведёт к созданию в одной из лабораторий первого генетически модифицированного младенца. И, что в такой ситуации уберёжёт нас от армии генномодифицированных солдат или появления генетической дискриминации.

Также непонятно почему запрещается вывоз именно половых клеток, а не стволовых. Именно они имеют возможность превращаться в определённую часть человеческого организма, участвуют в восстановлении поврежденной ткани и используются в восстановительной терапии", даёт начало всем органам и тканям человеческого организма. Уже из них в последующем формируются половые клетки. Ещё одним упущением диспозиции данной статьи можно считать отсутствия такого действия как ввоз половых клеток и человеческого эмбриона в коммерческих, военных или промышленных целях. Почему законодатель предусматривает только вывоз клеток и опускает ввоз непонятно. Например, в России действует ФЗ «О временном запрете на клонирование человека» на период действия данного закона запрещается ввоз на территорию РФ и вывоз с территории РФ клонированных эмбрионов человека [2].

Законодательные органы многих стран стремятся обезопасить общество от побочных последствий развития биотехнологии. Весьма показательными в этом отношении являются уголовные законы, действующие в Испании и Румынии. В разделе V «Генетические манипуляции» Уголовного кодекса Испании размещены нормы предусматривающие ответственность за такие правонарушения, как: манипулирование человеческими генами, приводящими к изменению генотипа (ст. 159); использование генной инженерии для производства биологического оружия или оружия массового поражения

(ст. 160), создание идентичных человеческих существ путем клонирования или других действий, направленных на селекцию расы (ч. 2 ст. 161) и др. В системе Особенной части УК Румынии выделили специальную гл. IV «Преступления и нарушения закона генетической манипуляции» [3, с.82-86].

Думается, что данное уголовное правонарушение может быть исполнено только специальным субъектом. Но более правильно будет сказать, что это состав со специальным исполнителем. Признаки, характеризующие специального исполнителя, отражают его профессию и род занятий. Это должно быть лицо, обладающее специальными научными знаниями.

Особенностью уголовного правонарушения клонирования человека является то, что исполнение объективной стороны одним лицом на практике не возможно. Кроме того, специфика осуществляемой медицинской и научной деятельности практически исключает неосведомленность о характере и целях производимых опытов и о совместности совершения преступления с другими участниками. Таким образом, здесь следует говорить о соучастии [4, с.632].

Форма соучастия – сложное соучастие. Важную роль в совершении данного преступления будет играть пособник. Не принимая участия в действиях, образующих объективную сторону, он может активно содействовать преступлению как интеллектуально, так и физически. Является ли «суррогатная» мать пособником в совершении рассматриваемого преступления? Этот вопрос очень важен для определения наличия соучастия и выделение её жизни и здоровья как дополнительного объекта преступления. По моему мнению, «суррогатная» мать, заведомо знавшая и добровольно разрешившая произвести подсадку в свой организм клонированного эмбриона, является пособником преступления – клонирование человека. Ведь можно рассматривать её действия как физическое пособничество, а именно предоставление своего организма, как средства необходимого для клонирования человека. Необходимо отметить, что мотивы у лиц, совершающих клонирование человека, могут быть различны – религиозные (секта), корыстные, карьеристские (как бы там ни было, клонирование человека – величайшее открытие, способное принести автору бессмертную славу).

Исходя из всего вышесказанного, предлагается разделить преступные действия, отраженные в ст. 129 УК РК «Клонирование человека» на 2 разных состава преступления, что предполагает появление самостоятельной нормы УК РК. Также квалифицированные виды состава преступления в части 2 ст. 129 УК РК «Клонирование человека» дополнить пунктами:

- 3) в карьеристских целях;
- 4) путем обмана «суррогатной» матери не знавшей о подсадке ей клонированного эмбриона;
- 5) лицом с использованием своего служебного положения;
- 6) повлекшее по неосторожности смерть «суррогатной» матери или клонированного ребёнка либо иные тяжкие последствия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. УК РК от 3 июля 2014 года № 226-V (с изменениями и дополнениями по состоянию на 21.01.2019 г.). – URL : https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31575252. – Текст : электронный.
2. Федеральный закон от 20 мая 2002 г. N 54-ФЗ «О временном запрете на клонирование человека». – URL : https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30607009. – Текст : электронный.
3. Блинов, А. Г. Некоторые направления уголовно-правового противодействия клонированию человека / А. Г. Блинов. – Текст : непосредственный // Общество и право. – 2014. – Вып. 1. – С. 82-86.
4. Рогов, И. И. Комментарий к УК РК / И. И. Рогов. – Алматы : Норма, 2015. – 632 с. – Текст : непосредственный.

PROBLEMS OF CRIMINAL-LEGAL CHARACTERIZATION OF THE CRIME - CLONING OF A PERSON

Author: Abilddinova K.M., laboratory technician, kamila_abildinova@mail.ru.

Abstract: The topic of human cloning has not lost its relevance for many years. The issue of potential harm or benefit to society and humanity of the possible emergence of clones remains a controversial issue. There is no consensus in the world on the legal regulation of such legal relations.

Keywords: human genome, cloning, human cloning, somatic cells, embryo.

УДК 34.05:796

ЮРИДИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ АНТИДОПИНГОВЫХ ПРАВИЛ В СПОРТЕ

Абильдинова К.М., студент

*Костанайский социально-технический университет имени академика З.
Алдамжар, Республика Казахстан, г. Костанай*

Аннотация: Проблема борьбы с допингом в спорте затрагивает огромное количество людей: спортсмены, спортивные функционеры, тренеры, спортивные болельщики и др. На сегодняшний день предприняты различные действия, направленные на борьбу с допингом, в их числе, введение юридической ответственности за нарушение антидопинговых правил.

Ключевые слова: Всемирный антидопинговый кодекс, дисквалификация, допинг, борьба с допингом, допинг в спорте, юридическая ответственность.

Борьба с употреблением допинга ведется для обеспечения честности спортивных соревнований и для сохранения здоровья спортсменов. Но нарушение антидопинговых правил – это не только нарушение правил игры, но и способ присвоения мошенническим, обманным путем чужой собственности, а именно собственности, принадлежащей или предназначенной истинному победителю. Статьи об обмане или мошенничестве имеются в законодательстве многих стран, и они вполне охватывают применение допинга.

Всемирным антидопинговым кодексом допинг определяется как совершение одного или нескольких нарушений антидопинговых правил, приводимых в статье 2 данного кодекса. Допинг подрывает такие ценности спорта как справедливость и честность, этика, здоровье, мужество, уважение к правилам и законам, уважение к себе и к другим участникам соревнований и др. Употребляя допинг, спортсмен нечестным путем улучшает свои физические показатели и повышает выносливость, и все это, конечно же, для достижения, наверное, главной цели любого профессионального спортсмена – победы. Ведь она несет за собой не только медаль на шею, но и славу, признание, деньги.

Но многие спортсмены забывают, что допинг не только влияет на результаты соревнований и наносит вред здоровью, но и может повлечь за собой различного рода наказания со стороны международных и национальных антидопинговых организаций. Во многих странах мира и вовсе допинг был криминализован. Например, законодательство Австрии и Италии, США, Франции, России и других стран предусматривает уголовную ответственность за нарушение антидопинговых правил. Так согласно законодательству Франции уголовно-наказуемым является: воспрепятствование контролю; нарушение дисциплинарных решений спортивных федераций и AFLD; владение запрещенными субстанциями и методами; распространение (незаконная торговля) запрещенной субстанцией или запрещенным методом; фальсификация, искажение, уничтожение фактических данных, относящихся к допинг-контролю, образцу или анализу. Французское законодательство признает уголовную ответственность юридических лиц в связи с чем, корпорации могут также нести уголовную ответственность за нарушения, совершенные их законными представителями. Во всех случаях основным наказанием является штраф [2].

В Италии действует Закон № 376 «Disciplina della tutela sanitaria delle attività sportive e della lotta contro il doping» от 14 декабря 2000 г. Данный закон предусматривает ответственность для лиц закупающих, управляющих, принимающих или поддерживающих употребление запрещенных веществ или методов, с целью изменить соревновательные результаты спортсменов или для изменения антидопингового тестирования. Также закон направлен на борьбу с нелегальными поставщиками, которые торгуют Запрещенными Всемирным антидопинговым кодексом веществами за пределами официальных каналов распространения [3].

По данным размещенным на сайте Казахстанского Национального антидопингового центра можно отметить рост числа казахстанских спортсменов дисквалифицированных за допинг. Так в 2014 году был дисквалифицирован всего один спортсмен, а в 2019 уже 42 спортсмена и 2 тренера. Такой рост дисквалифицированных спортсменов можно обосновать усилением внимания к проблеме допинга в спорте со стороны ВАДА и событий, развернувшихся вокруг сборной России по легкой атлетике в конце 2014 г. Рост количества дисквалифицированных казахстанских спортсменов период с 2014 г. по 2019 г. представлен на рисунке 1.

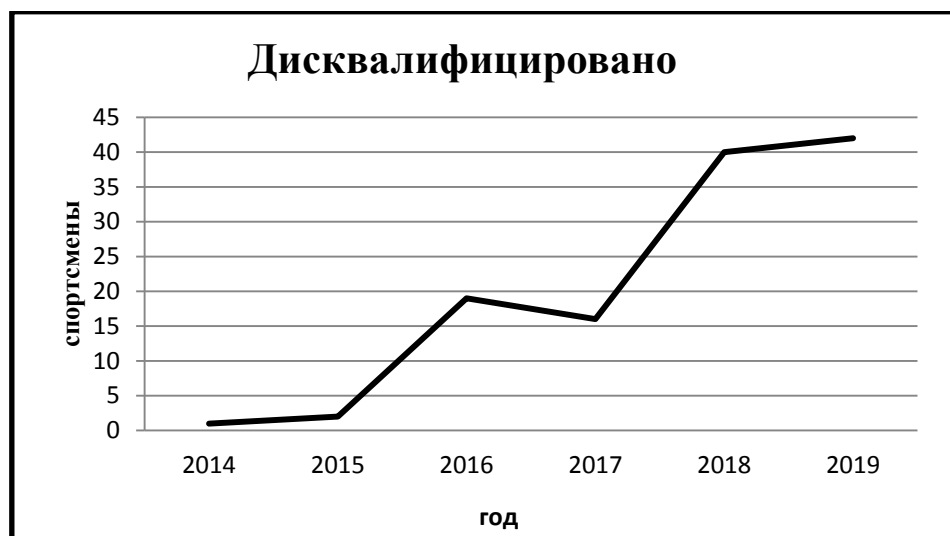


Рис. 1.

За период с января по апрель 2020 г. дисквалифицировано уже 12 спортсменов. В связи с этим логично, что ужесточение ответственности за применение, назначение и распространение запрещенных субстанций и методов произошло и в Казахстане. Были внесены изменения в Кодекс об административных правонарушениях, а также в Закон РК «О физической культуре и спорте».

В соответствии с Законом РК от 13.12.19 г № 280-VI ст. 409 КоАП РК была дополнена ч. 12 и примечанием. Согласно данным изменениям, теперь нарушение антидопинговых правил РК такими лицами, как тренер, тренер-преподаватель, специалист по спортивной медицине и (или) иной специалист в области физической культуры и спорта, выразившееся в использовании в отношении спортсмена запрещенных субстанций и (или) запрещенных методов в спорте независимо от согласия спортсмена либо в содействии в использовании спортсменом или в отношении спортсмена запрещенных субстанций и (или) запрещенных методов, – влечет штраф в размере 200 месячных расчетных показателей [1].

Данные изменения весьма схожи с составом правонарушения предусмотренного устаревшей редакцией ст. 6.18 КоАП РФ от от 6 декабря

2011 г. N 413-ФЗ, и также не предусматривают административную ответственность для спортсменов. Но необходимо отметить, что в новой редакции ст. 6.18 КоАП РФ от 1 мая 2019 г. N 96-ФЗ теперь предусматривается и ответственность спортсменов. Так, например, за использование или попытку использования спортсменом запрещенной субстанции и (или) запрещенного метода может быть наложен административный штраф в размере от тридцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей. Думается, что это еще далеко не последние изменения нашего законодательства, направленные на борьбу с допингом. И в ближайшие годы параллельно с развитием казахстанского спорта будут вноситься новые изменения, направленные на борьбу с нарушителями антидопинговых правил.

Считаю, что необходимо также бороться с допингом и на уголовно-правовом уровне. В УК РК не предусмотрены нормы, направленные непосредственно на борьбу с незаконным оборотом допинга. В истории имеются факты принуждения, а также смерти спортсменов в связи с использованием запрещенных веществ и методов. Не стоит забывать, что немалое количество профессиональных спортсменов и спортсменов любителей – это несовершеннолетние дети. И мера за склонение или принуждение их к применению запрещенных веществ и методов должна быть куда жестче. На сегодняшний день попытка ввести в Казахстане уголовную ответственность за нарушение антидопинговых правил не увенчалась успехом. До сих пор в мире спорта, среди юристов, спортсменов и спортивных функционеров нет единого мнения в отношении допинга в спорте и, следовательно, о необходимости применения юридической ответственности за нарушение антидопинговых правил.

По моему мнению, допинг в корне противоречит духу спорта и с ним необходимо бороться. Считаю, что правильный путь в борьбе с допингом – это стремление к постепенному формированию в общественном, и в индивидуальном сознании устойчивого представления о том, что человек, использовавший допинг, и те, кто его на это спровоцировал, не только нарушители спортивных правил, но и преступники.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Кодекс Республики Казахстан об административных правонарушениях от 5 июля 2014 года № 235-V (с изменениями и дополнениями по состоянию на 16.01.2020 г.). – URL : https://online.zakon.kz/m/document?doc_id=31577399#sub_id=4090000. – Текст : электронный.

2. Папаниколау, Д. «Борьба с допингом во Франции» / Д. Папаниколау. – Текст : непосредственный // Спорт : экономика, право, управление. – 2011. – № 4. – С. 31-37.

3. Disciplina della tutela sanitaria delle attività sportive e della lotta contro il doping. Legge n 376 del 14 dicembre 2000 // Gazzetta Ufficiale. – 2000. – No. 294. – del 18 dicembre. – Direct text.

Научный руководитель: Олейник Ю.В., м.ю., старший преподаватель, Костанайского социально-технического университета имени академика З. Алдамжар.

THE LEGAL FOR THE ANTIDIC RULES IN SPORTS

Author: Abilddinova K.M., student, kamila _abildinova@mail.ru.

Research supervisor: Oleynik Y.V., M.Y., Senior Lecturer, Kostanay Social and Technical University named after academician S.Aldamjar.

Abstract: The problem of anti-doping in sport affects a huge number of people: athletes, sports functionaries, coaches, sports fans, etc. To date, various actions have been taken to combat doping, including the introduction of legal liability for violations of anti-doping rules.

Keywords: World Anti-Doping Code, disqualification, doping, anti-doping, doping in sport, legal responsibility.

УДК 343.9

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПРОФИЛАКТИКИ ПРЕСТУПЛЕНИЙ ПРОТИВ ПОЛОВОЙ НЕПРИКОСНОВЕННОСТИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ

Аманбаева А.Г., докторант

Академия правоохранительных органов при Генеральной прокуратуре Республики Казахстан, г. Нур-Султан

Аннотация: в настоящей статье рассматриваются некоторые криминологические аспекты преступлений против половой неприкосновенности несовершеннолетних в Республики Казахстан. Исследуются как проблемы теоретического совершенствования, так и проблемы практического применения норм, касающихся указанных преступлений, в деятельности правоохранительных органов. На основе анализа предложено несколько путей решения данных проблем.

Ключевые слова: сексуальное насилие, половая неприкосновенность несовершеннолетних, дети, права и свободы, профилактика.

Построение правового государства и развитие демократических начал общественной жизни предполагает признание приоритета общечеловеческих ценностей и, прежде всего, жизни, здоровья, свободы, чести и достоинства личности. Согласно статье 12 Конституции Республики Казахстан права и свободы человека принадлежат каждому от рождения [1]. Вместе с тем, в обществе существуют такие категории граждан, которые

ввиду их возрастных особенностей требуют повышенного внимания и защиты со стороны государства.

По официальным статистическим данным в Республике Казахстан в 2019 году зарегистрировано 2 115 уголовных правонарушений, где потерпевшими являлись несовершеннолетние, из них 794 против половой неприкосновенности, а в 2018 году – 2 125 уголовных правонарушений, из них 739 против половой неприкосновенности соответственно [3].

Однако, учитывая высокую латентность подобных деяний, реальная цифра на порядок выше, увеличиваясь с каждым годом, и установить достоверную информацию о масштабах половых преступлений в отношении несовершеннолетних как в Казахстане, так и за рубежом представляется затруднительным. Уровень скрытой преступности в этой сфере, по различным данным, достигает до 90%. Так как, во многих случаях законные представители несовершеннолетнего потерпевшего не желают публичной огласки самого факта сексуального насилия в отношении ребенка. На высокую латентность косвенно указывает также такой криминологический показатель, как возрастающее из года в год количество детей, пропадающих без вести и находящихся в розыске.

В связи с чем раскрытие и расследование сексуальных преступлений против несовершеннолетних всегда связано с определенными трудностями. Как правило, преступление выявляется случайным образом, после совершения множества эпизодов (это касается насильственных половых преступлений особенно). Следовательно, возникает проблема эффективного выявления эпизодов, к сожалению, трудноразрешимая, так как установление факта совершения преступного деяния в большинстве случаев зависит от сообщения о таковом самим ребенком либо от своевременной реакции родителей на изменившееся поведение ребенка. На основании чего, с нашей точки зрения, для предотвращения совершения сексуальных преступлений против детей на этапе подготовки более эффективно делать ставку на профилактику.

Органы внутренних дел принято считать одним из основных субъектов профилактики правонарушений в целом и в сфере защиты детей от сексуальных посягательств в частности, то есть роль полиции в вопросах, как расследования, так и осуществления специально-криминологической и уголовно-правовой профилактики является ключевой.

Как правило, к субъектам специально-криминологической профилактики относятся: 1) правоохранительные органы; 2) государственно-общественные органы, выполняющие правоохранительные функции; 3) общественные структуры, содействующие обеспечению общественного порядка [4, с.118].

В данном контексте подразделения по делам несовершеннолетних, без сомнения, являются главной службой в системе Министерства внутренних дел Республики Казахстан, да и, пожалуй, во всей системе по

профилактике безнадзорности и правонарушений, совершаемых несовершеннолетними и в отношении них. Многогранность и сложность феномена сексуальной преступности требуют разработки единого подхода к нейтрализации угрозы половой неприкосновенности несовершеннолетних, сочетающего уголовно-правовые, воспитательные, медико-биологические, организационно-управленческие, политические, экономические и иные меры. Вопрос об уголовно-правовой профилактике преступлений против половой неприкосновенности несовершеннолетних представляется чрезвычайно актуальным.

Точка зрения Д. А. Шестакова, преобладающая в научной литературе, содержит следующее: «Не преувеличивая роли законодательства в жизни общества, следует, тем не менее, отметить, что противодействие общества преступности без надлежащей нормативной базы (основополагающего закона и систематизации прочих законов и подзаконных актов в данной области) в силу его хаотичности, необеспеченности государственной поддержкой оказывается предельно неэффективным ...» [5, с.268].

Рассмотрение специально-криминологической профилактики, прежде всего, предполагает принятие научно обоснованных и подкрепленных практическим опытом решений. К примеру, по мнению М. М. Быргэу и А. Н. Литвинова, указанное означает: «во-первых, разработку научной концепции профилактики преступлений и использование ее во время программирования, прогнозирования, правового регулирования, управления и осуществления профилактических мер; во-вторых, научно-методическое обеспечение профилактической деятельности на всех уровнях, этапах, направлениях, а также комплексное использование данных наук о борьбе с преступностью для практической деятельности, разработку с этой целью механизма имплементации научных рекомендаций после их объективного оценивания; в-третьих, использование практикой предоставленных наукой знаний о закономерностях преступности и возможностях борьбы с ней для точной оценки ситуации в перспективе и ретроспективе для обоснования стратегических и тактических решений; в-четвертых, осознание практикой необходимости научной разработки проблем профилактики преступлений и непосредственное применение рекомендаций на практике; в-пятых, проведение комплексных криминологических экспертиз законодательных и управленческих актов, связанных не только с профилактикой преступлений, но и с другими сферами общественной жизни» [2, с.147].

На данный момент, можно сказать, что у нас недостаточно разработаны планирование и прогнозирование профилактики преступлений против половой неприкосновенности несовершеннолетних.

Таким образом, как уже отмечалось, ведущая роль профилактике преступлений против половой неприкосновенности несовершеннолетних отводится правоохранительным органам, в частности МВД. Повышение эффективности данной профилактики предполагает качественные измене-

ния в системе информационно-аналитического обеспечения этой деятельности, прежде всего, оперативно-профилактических учетов, а также форм и методов работы следствия, криминальной полиции и местной полицейской службы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Конституция Республики Казахстан, принятая на республиканском референдуме 30 августа 1995 года. – Текст : электронный // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан. – URL : adilet.zan.kz.

2. Быргэу, М. М. Опыт системного исследования профилактики преступлений. Современное состояние проблемы / М. М. Быргэу, А. Н. Литвинов. – Москва : Юркнига, 2004. – 160 с. – Текст : непосредственный.

3. Информационный сервис «Qamqor» Комитета по правовой статистике и специальным учетам Генеральной прокуратуры Республики Казахстан. – URL : qamqor.gov.kz. – Текст : электронный.

4. Криминология : учебное пособие / под ред. В. Н. Бурлакова, Н. М. Кропачева. – Санкт-Петербург : Питер, 2013. – 304 с. – Текст : непосредственный.

5. Шестаков, Д. А. Криминология. Новые подходы к преступлению и преступности. Криминогенные законы и криминологическое законодательство. Противодействие преступности в изменяющемся мире : учебник / Д. А. Шестаков. – Санкт-Петербург : Юридический центр Пресс, 2006. – 561 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: В.В. Хан, канд. юридич. наук, профессор, Академия правоохранительных органов при Генеральной прокуратуре Республики Казахстан, г. Нур-Султан.

THE MAIN DIRECTIONS OF THE PREVENTION OF CRIMES AGAINST SEXUAL INVIOABILITY OF MINORS

Author: Amanbayeva A.A., doctoral candidate, altusha_05@mail.ru

Research supervisor: Khan V.V., candidate of Legal Sciences, professor of Academy of Law Enforcement agencies under General Prosecutor's Office of the Republic of Kazakhstan, Nur-Sultan.

Abstract: in this article the author considers some criminological aspects of crimes against sexual inviolability of minors in the Republic of Kazakhstan. Investigate as a problems of theoretical perfection as the problems of practical application of the rules which relating to these crimes in activity of law enforcement agencies. So this article based on the analysis suggested several ways to solve these problems.

Keywords: sexual abuse, sexual inviolability of minors, children, rights and freedoms, prevention.

УРОВНИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ананьева М.Е., студент

ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет», г. Пенза

Аннотация: в статье рассматриваются показатели уровней развития Республики Беларусь и России в сфере электронного правительства. Для проведения анализа были использованы данные рейтинга ООН 2018 года. Анализ проведен отдельно по трем основным подындексам системы оценки ООН. В результате определены слабые и сильные стороны развития каждой области.

Ключевые слова: электронное правительство, ИКТ, индекс развития электронного правительства, информационные технологии, онлайн-сервисы.

Единственным глобальным методом оценки развития электронного правительства, а также сравнения уровней развития этой отрасли в разных странах является Индекс развития электронного правительства ООН (E-Government Development Index, EGDI) [1, с.20], который рассчитывается по методике, разработанной ООН. Оценка стран по данному индексу производится путем анализа Департаментом экономического и социального развития ООН определенных показателей раз в два года. Результаты анализа публикуются на официальном сайте Департамента с целью демонстрации изменения в государствах уровня оказания электронных услуг и реализации программ электронного правительства.

Показатель индекса является составным и рассчитывается как среднее арифметическое трех его подындексов: ИКТ-инфраструктура, человеческий капитал и онлайн-государственные услуги. Процесс оценки стран по каждому из подындексов построен так, что итоговое значение может быть либо максимальное (1), либо минимальное (0).

В 2018 году Россия заняла 35 место из 193 стран, Беларусь – 38. В течение 10 лет оба государства уверенно поднимаются вверх в иерархическом списке. Это говорит о реальном подкреплении выполненными индексами программ развития цифровой экономики, действующих в вышеназванных странах. В 2018 году Беларусь перешла из группы с высоким индексом в группу с очень высоким индексом. Это, прежде всего, связано с исполнением Государственной стратегии устойчивого социального и экономического развития на период до 2030 года, в состав которой входят несколько инициатив по развитию ИКТ в разных секторах экономики. Место

России в рейтинге выше, но за предыдущие 2 года она поднялась всего на 3 позиции, а Беларусь на целых 11. Если рассматривать рейтинг по отдельным подындаксам (ИКТ-инфраструктура и человеческий капитал), то существенное отставание по двум из них будет именно у России.

Первым рассмотрим подындекс «онлайн-сервисы», который рассчитывается на основе результатов обследования официальных правительственных порталов и веб-сайтов. Значение данного показателя уверенно растет у России, начиная с 2012 года, и сейчас составляет 0,9167. У Беларуси противоположный результат по данному подындексу, он ниже российского на 30%, но в сравнении с белорусским результатом 2016 года данный показатель вырос на 0,2506.

При сравнении России и Беларуси по данному подындексу непосредственное внимание уделяется оценке порталов для оказания электронных услуг. В России таким порталом является gosuslugi.ru с одноименным названием «Госуслуги». На сегодняшний день российский портал действует 10 лет [2], на нем зарегистрировано 103 млн. человек, суммарно оказывается по 60 млн. услуг.

В Беларуси таким порталом является portal.gov.by, созданный в 2011 году, который называется «Единый портал электронных услуг». Портал отстает от российского и по визуальному восприятию, и по количеству предоставляемых услуг. На портале Беларуси все оказываемые услуги можно систематизировать либо по ведомствам, которые их оказывают, либо по категориям (семья и быт, образование, миграция и т.д.). Если гражданин не уверен, в какое именно ведомство он должен обратиться за получением необходимой ему услуги, то найти её будет достаточно трудно. Систематизация услуг по категориям также не лучший вариант, так как обычные пользователи интуитивно находят не все услуги. На сегодняшний день пользователям портала доступны 133 электронных сервиса: 97 электронных услуг и 36 административных процедур. Суммарное количество оказанных услуг через портал за 2018 год составляет 5 076 623, что значительно меньше, чем в России. Республика постоянно расширяет возможности своего портала, но на сегодняшний день у него нет такой популярности среди граждан, как у портала Госуслуги. В 2019 году был объявлен конкурс по разработке нового, узнаваемого дизайна и фирменного знака портала. В будущем планируется полное обновление и адаптация портала под пользователей. Проблема недостаточного функционирования электронных услуг в Беларуси связана, на наш взгляд, с отсутствием специализированного органа, занимающегося развитием электронного правительства. В России для таких целей есть Центр технологий электронного правительства. На сегодняшний день в Беларуси есть только несколько экспертных групп, которые занимаются исследованием этой темы, но не имеют механизмов влияния.

Следующий подындекс «ИКТ-инфраструктура» включает в себя распространенность интернета среди населения, доступ к мобильной связи, а также число активных пользователей всей инфраструктуры. По данному подындексу в 2018 году сложились следующие показатели: у России – 0,6219, у Беларуси – 0,6881. В предыдущие годы Беларусь также опережала Россию по данным критериям. В целом, за 2 года показатели обеих стран возросли, но совсем не значительно у России (на 0,128) и чуть больше у Беларуси (на 0,577).

Беларусь опережает Россию, прежде всего, за счёт быстрого распространения широкополосной связи среди всего населения, а также развития мобильной связи на территории страны. За последнее 10-летие в республике почти на 90% возросло количество фиксированной широкополосной и сотовой связи. Одной из причин значительного прироста абонентов связи стала низкая стоимость услуг операторов. Количество абонентов сотовой электросвязи на 1 января 2020 г. составило 11,6 млн. (при численности населения страны 9,45 млн. человек) [3].

Стоит отметить и повышение российского показателя, которое, в первую очередь, связано с тем, что национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [4] предусматривает в своих положениях сокращение степени информационного неравенства между разными регионами страны и внедрение ИКТ в разные сферы человеческой деятельности. К сожалению, на сегодняшний день в России все еще можно заметить неравенство внедрения ИКТ в зависимости от субъекта, что непосредственно связано с разным уровнем финансирования.

Третий подындекс «человеческий капитал» анализирует численность населения страны, при этом учитывается пол граждан, их образование, количество граждан, обучающихся в ВУЗах, их вовлеченность в использование информационных технологий, а также местонахождение (города/сельские поселения). Этот подындекс также выше у Беларуси (0,8681), нежели у России (0,8522). Но, если проанализировать изменения показателей обеих стран по сравнению с предыдущими годами, то можно увидеть тенденцию стремительного развития у России и незначительный рост белорусского показателя. Прежде всего, высокий уровень Беларуси основан на меньшем количестве населения страны, чем в России, и, следовательно, большей численности лиц, имеющих достаточный уровень образования для использования средств информационных технологий.

В России из-за большего количества населения, их распространения по огромной территории страны, разного уровня подготовки и образования, суммарный показатель человеческого капитала на протяжении многих лет отставал. Однако, в последние годы Россия решает эту проблему, повышая количество учреждений, проводящих обучающие курсы компьютерной грамотности для граждан, не владеющих навыками работы с ин-

формационно-коммуникационными технологиями (пожилое население, сельское население, школьники).

Таким образом, и Россия, и Республика Беларусь, совершенствуют свой уровень развития электронного правительства. Государства идут разными путями, у каждого есть слабые позиции, но, думается, что укреплению позиций может способствовать внимание к опыту государства – партнёра.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Исследование ООН : Электронное правительство 2018. – URL : <https://publicadministration.un.org/publications/content/PDFs/UN%20E-Government%20Survey%202018%20Russian.pdf> (дата обращения: 01.03.2020). – Текст : электронный.

2. Портал Госуслуги.ру : [сайт]. – URL : https://www.gosuslugi.ru/help/news/2019_12_16_10_years (дата обращения: 01.03.2020). – Текст : электронный.

3. Министерство связи и информатизации Республики Беларусь : [сайт]. – URL : https://www.mpt.gov.by/sites/default/files/4_spe_na_sait.pdf (дата обращения: 01.03.2020). – Текст : электронный.

4. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам протокол от 24 декабря 2018 г. № 16). – URL : <https://base.garant.ru/72190282/> (дата обращения: 01.03.2020). – Текст : электронный.

Научный руководитель: Семянкова О.И., канд. филолог. наук, доцент ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет», г. Пенза.

LEVELS OF E-GOVERNMENT DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF BELARUS AND THE RUSSIAN FEDERATION

Author: Anan'eva M.E. student.

Research supervisor: Semyankova O.I., candidate of philological Sciences, associate Professor, Federal state budgetary educational institution of higher education «Penza state university», Penza.

Abstract: the article considers the indicators of the development levels of the Republic of Belarus and Russia in the field of e-government. Data from the 2018 UN rating were used for the analysis. The analysis was carried out separately for the three main sub-indices of the UN evaluation system. As a result, the weak and strong sides of the development of each region are identified.

Keywords: e-government, IT, e-government development index, information technologies, online services.

ТРАГИЧЕСКАЯ СТРАНИЦА ВЕЛИКОЙ ВОЙНЫ: ГИТЛЕРОВСКИЙ ГЕНОЦИД НА ТЕРРИТОРИИ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Ахмедханова А.Б., студент

*Филиал ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»
в г. Нижневартовске*

Аннотация: в статье рассматривается проведение плана захвата Кавказа Гитлером, в ходе которого происходит жестокое истребление невинных людей. Рассматривается гитлеровский геноцид в Ростове-на-Дону и Ростовской области. Приводятся показания очевидцев ожесточенного террора, факты использования оккупантами различных средств для зверских расправ над мирным населением.

Ключевые слова: геноцид, «душегубки», битва за нефть, операция «Блау», Холокост, Змиевская балка, Песчаный карьер, тюрьма, Ростов-на-Дону, Ростовская область.

Великая Отечественная война советского народа навсегда сохранится в летописях нашего героического прошлого не только беспримерными боевыми и трудовыми подвигами или блестящими победами, но и болью памяти о неисчислимых бедах, которые принесла мирным людям. Отличие этой великой войны от многих других вооруженных конфликтов в истории человечества заключается в том, что в ходе нее немецко-фашистские захватчики осуществляли невиданную ранее политику массового геноцида. Его жертвами оказались не одни лишь солдаты, сражавшиеся на фронтах, но и множество простых жителей – мужчин, женщин, стариков и детей. В феврале 1943 г. в передовице газеты «Красная звезда» справедливо подчеркивалось: «Кровавый след преступлений тянется за немецкой армией, вторгнувшейся в нашу страну двадцать месяцев тому назад. Самая мрачная фантазия не могла бы представить себе неслыханных злодейств, учиненных гитлеровцами на советской земле. Миллионы наших братьев и сестер ввергнуты немцами в такую бездну страданий, перед которыми бледнеют муки Дантова ада» [1, с.1]. На подконтрольных и оккупированных территориях фашисты обращались с людьми ни с чем не оправданной звериной жестокостью. Для их уничтожения использовался весь арсенал нечеловеческого воображения: концлагеря, тюрьмы, «душегубки», так называемая дезинфекция. Применялись многие другие не менее изощренные средства мучительных расправ с гражданским населением.

Цель статьи заключается в рассмотрении конкретных особенностей гитлеровского геноцида многонационального населения нашей Родины на

примере трагических событий в Ростове-на-Дону и Ростовской области. Именно там разворачивался один из наиболее ожесточенных эпизодов Великой Отечественной войны. На кону стоял вопрос о нефти, что представляет специальный научный интерес для всех студентов профильных вузов, обучающихся на нефтяных специальностях.

В январе 1942 г. после поражения в битве под Москвой Гитлер заявил японскому послу Осиме: «Я намереваюсь пока в центре фронта больше не проводить наступательных операций. Моей целью будет наступление на южном фронте. Я решил, как только улучшится погода, снова предпринять удар в направлении Кавказа. Это направление важнейшее. Нужно выйти к нефти, к Ирану и Ираку» [4, с.378].

Вырвавшееся у нацистского лидера признание означало, – он прекрасно понимал, что победа будет за теми, у кого в распоряжении окажутся более значительные нефтяные запасы, ведь нефть – это «кровь войны», важнейшее сырье для топлива танкам, самолетам, автомобилям, кораблям, это главное горючее, которым должен обеспечиваться фронт. Как известно, в Германии в отличие от СССР не было собственных нефтяных месторождений. На территории же нашей страны более 80% нефтяных запасов находились на Кавказе – в Баку, Грозном, Майкопе, Кубани. Поэтому главная стратегическая задача гитлеровцев сводилась к овладению Кавказом и его нефтяными промыслами. Привлекали врагов и другие немалые экономические ресурсы хлебоборного края. Для летней кампании 1942 г. была разработана операция под кодовым названием «Блау», которая имела четко выраженный характер «похода за нефтью». Предполагался захват Северного Кавказа, затем в обход Главного Кавказского хребта – всего Закавказья. С этой целью фашистское командование сосредоточило большое количество войск на юго-западном направлении. С конца июля по сентябрь 1942 г. в результате ожесточенных боев им удалось захватить Краснодарский и Ставропольский край, дважды оккупированной была Ростовская область: с октября до ноября 1941 г. и с июля 1942 г. до середины февраля 1943 г.

Но за локальный военный успех гитлеровцам пришлось заплатить высокую цену. Поскольку Ростов-на-Дону являлся «ключом к Кавказу», его захват потребовал от них невероятных усилий. Ярость оккупантов, понесших значительные потери на полях боев, с исключительной силой обрушилась на беззащитных мирных жителей. Неслучайно история немецкого геноцида в Ростове-на-Дону и Ростовской области составляет одну из наиболее печальных и трагических страниц великой войны: это и Петрушина балка под Таганрогом, и крупнейшая на территории нынешней России братская могила жертв Холокоста Змиевская роща, Песчаный карьер, Зеленое кольцо, многие другие места массового уничтожения ростовчан разных национальностей. Здесь буквально с первых дней оккупации нацисты усиленно проводили массовый террор в отношении населения и захва-

ченных военнопленных, безжалостно расстреливали, вешали, мучили, принудительно угоняли в германское рабство, применяли разнообразные изуверские средства [2, с.98].

Узнать подробности горьких испытаний оккупации позволяют недавно рассекреченные документы из фондов Государственного архива Российской Федерации. Речь идет об информации, собранной по горячим следам событий Ростовской областной комиссией по расследованию злодеяний немецко-фашистских захватчиков. Со страниц документов неиссякаемой человеческой болью звучат слова немногих выживших очевидцев о фактах чудовищных злодеяний, подобных циничным расправам с лицами еврейской национальности в Ростове в августе 1942 г. По распоряжению оккупационных властей толпы обманутых пропагандой людей пришли на сборные пункты. Чтобы они заранее не разбежались, на подходе к месту сбора немецкие офицеры проявляли крайнюю любезность. Но за воротами все резко менялось, раздавались грозные командные окрики, следовали бесцеремонные толчки в спину, в кровь разбивались лица, незамедлительно отбирались вещи, деньги, ценности. Затем мужчин начали строить в колонны, женщин, детей, стариков сажали в грузовики-«душегубки», и вся эта процедура сопровождалась продолжавшимися избиениями и грубой бранью [3, л.3об-4].

Одна из свидетельниц сообщала, что еврейские жители не сразу догадались, для чего их собирают на участки, какова будет их дальнейшая судьба: «Люди были взволнованы, повсюду слышались возгласы: «Неужели нас убьют?», «Куда нас?» и т.п.». Как выяснилось позже, их отвезли за город, где всех безжалостно расстреляли. Уничтожение мирного населения производилось в поселке 2-я Змиевка, жителей которого обязали покинуть на время свои дома (некоторые из них спрятались и увидели совершавшиеся казни). Здесь полицейские – бывшие советские подданные – в качестве подручных немецких палачей расстреливали взрослых, предварительно заставляя их раздеться догола, детей отравляли, смазывая им губы сильнодействующим ядом. Очевидцы впоследствии рассказывали, что еще через 2-3 дня после расстрелов в Змиевской балке слышались стоны заживо погребенных людей [3, л.4об, 5].

Однако жертвами нацистских оккупантов были не только евреи, но без разбора все прочие жители. Одним из подтверждений тому служат расправы с советскими гражданами в здании городской тюрьмы Ростова-на-Дону и перед ней. Накануне отступления фашисты взорвали и сожгли здание вместе с находившимися там заключенными. У тюрьмы, во дворе, были вырыты большие ямы, в которых потом насчитали сотни трупов, множество мертвых тел находилось возле ям. Всего в районе тюрьмы впоследствии удалось обнаружить 1154 трупа измученных людей: «...у многих обрезаны носы, выколоты глаза, обрублены ноги, кисти рук и т.д.». Страшную картину зверского обращения с красноармейцами и команди-

рами зафиксировал акт комиссии, обследовавшей организованный немцами лазарет для военнопленных. Здесь за любую попытку к бегству немедленно расстреливали, заставляя больных копать ров и сбрасывать туда тела казненных. В нем насчитали около 3700 трупов, и неподалеку от него на земле еще 383 трупа умерших и расстрелянных [3, л.9-12об].

В наименьшей степени пострадали жители других городов Ростовской области. Известно, например, что за период оккупации города Шахты было замучено и расстреляно 13854 ни в чем не повинных человека. Здесь, как едва ли не повсеместно, жителей целыми семьями арестовывали и расстреливали без суда и следствия в каменных песчаных карьерах. Только в двух ямах около хутора Поповки позже обнаружили 94 изувеченных трупа. Большинство из них сохраняли следы истязаний и пыток, у многих были выбиты зубы, разбиты черепа, оторваны челюсти, другие тела исколоты в нескольких местах штыками. Было установлено, что фашистские изверги над стволом шахты имени Л. Б. Красина проводили массовые расстрелы, соорудив специальный станок, состоявший из 3-х отделений. Среднее отделение представляло собой конусообразную площадку, узкой частью обращенной к стволу. Жертвы поочередно заводились на эту площадку и очередями из автоматов расстреливались, а трупы падали в ствол шахты. Зачастую раненых и детей сбрасывали с этой площадки еще живыми. Обреченных на расстрел перед казнью раздевали, снимали с них всю теплую одежду, а потом по одному на глазах у остальных расстреливали. Причем это же делалось зимой в лютые морозы, когда в ожидании очереди к расстрелу приговоренные к смерти коченели от стужи. С помощью очевидцев зверских расправ удалось подтвердить факт усиления бесчеловечного истребления населения в январе и феврале месяцах 1943 г., то есть накануне отступления немцев из города. На шахту одну за другой несколькими грузовыми автомашинами везли на расстрел партии обычных горожан, над которыми совершались вопиющие по своей жестокости глумления. Однажды в станок над стволом шахты гитлеровцы завели женщину с ребенком, приказав ей поднять его над головой. Женщина не сумела удержать ребенка в дрожащих руках и уронила на пол. Тогда немцы расстреляли ее, а ребенка вместе с трупом матери живым сбросили в шахту [5, с.88-90].

Многочисленные примеры свидетельствуют, что в ходе истребительной политики фашистов за время оккупации погибли десятки тысяч невинных жителей Ростовской области. Шокирующие показания очевидцев звучат как обвинительный приговор инициаторам и исполнителям кровавых расправ, использовавшим для уничтожения и устрашения мирного населения широкий набор средств: «душегубки», расстрелы, ямы, заполнявшиеся сотнями трупов невинных страдальцев, тюрьмы и так далее. Однако факты красноречиво говорят и о том, что отчаянные попытки па-

лачей с помощью террора запугать советский народ, и тем самым подавить его волю к сопротивлению оказались безуспешными. Расплата за содеянные злодеяния была уже не за горами.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Армия мстителей. – Текст : непосредственный // Красная звезда. – 1943. – № 48 (5419). – 27 февраля. – С. 1.
2. Войтенко, Е. А. Холокост на Юге России в период Великой Отечественной войны : 1941-1943 гг. : дис. ... канд. ист. наук / Е. А. Войтенко. – Ставрополь, 2005. – 236 с. – Текст : непосредственный.
3. Докладная записка Управления НКГБ по Ростовской области председателю Ростовской областной комиссии по расследованию злодеяний немецко-фашистских захватчиков, секретарю Ростовского областного комитета ВКП (б) Б. А. Двинскому о зверствах и злодеяниях немецко-фашистских захватчиков в городе Ростов-на-Дону в период его оккупации // ГАРФ. – Ф. Р-7021. – Оп. 40. – Д. 14. – Л. 2-15. – URL : [https://historyrussia.org/sobytiya/rio-publikuet-dokumenty-iz-arkhivaprestuple niyakh-natsistov-na-territorii-stran-vostochnoj-evropy.html](https://historyrussia.org/sobytiya/rio-publikuet-dokumenty-iz-arkhivaprestuple-niyakh-natsistov-na-territorii-stran-vostochnoj-evropy.html). – Текст : электронный.
4. Проэктор, Д. М. Фашизм : путь агрессии и гибели / Д. М. Проэктор. – Москва : Наука, 1989. – 584 с. – Текст : непосредственный.
5. Сборник документов по установлению злодеяний на территории Северного Кавказа в период оккупации нацистской Германии / сост. Н. А. Чугунцова, Е. Ю. Седой, М. А. Лаврентьева, И. В. Реброва. – Краснодар : Изд-во КубГТУ, 2013. – 118 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: Мауль В.Я., д-р ист. наук, профессор Тюменского индустриального университета (филиал в г. Нижневартовске).

TRAGIC PAGE OF THE GREAT WAR: HITLER'S GENOCIDE IN THE TERRITORY ROSTOV REGION

Author: Akhmedkhanova A.B., student, Tyumen Industrial University (Nizhnevartovsk affiliate), Nizhnevartovsk, ms.azhiyka@mail.ru.

Research supervisor: Maul V.Ya., doctor of Sc. (History), Professor, Tyumen Industrial University (Nizhnevartovsk affiliate), Nizhnevartovsk.

Abstract: this article discusses the implementation of the plan for the capture of the Caucasus by Hitler, during which there is a brutal extermination of innocent people. Hitler's genocide in the Rostov region is considered. Eyewitness accounts of fierce terror and the use by the invaders of various means for brutal massacres of civilians are cited.

Keywords: genocide, "gas chamber", oil, operation "Blau", holocaust, Zmievskaaya beam, Sandy quarry, prison, mine shaft.

ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧАСТНЫХ КОМПАНИЙ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ

Баранова Ю.С., студентка

ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет», г. Пенза

Аннотация: В статье приведено тезисное описание результатов начального документного аудита, произведённого в частной компании, объяснены последствия найденных недостатков и приведены рекомендации по улучшению ситуации.

Ключевые слова: инновации, оптимизация, документирование, реквизит, национальный стандарт

Руководство частных компаний нередко пренебрегает общероссийскими правилами оформления управленческой документации, мотивируя своё нежелание следовать требованиям нормативных актов их рекомендательным характером. Тем не менее, некоторые ошибки в документировании, иначе говоря, в записи документной информации по определенным правилам могут привести к серьёзным проблемам даже в организации работы с документами. Об этом руководству стоит помнить.

Рассмотрим оформление управленческих документов в ООО «Теле - медиа центр» (далее – ООО) г. Сердобска Пензенской области. Это небольшая частная компания, занимающаяся розничной торговлей компьютерами, программным обеспечением и периферийными устройствами. Отдельного специалиста, ответственного за организацию делопроизводства, в ООО нет. В ходе документного аудита мы проверяли соответствие внутренних управленческих документов ООО требованиям ГОСТ Р 7.0.97 – 2016 «Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов» [1].

Анализ позволил выявить множество типичных ошибок в следующих реквизитах:

– «наименование организации-автора документа» – в большинстве случаев забывают оформить на документе сокращённое наименование, что не соответствует Уставу организации;

– «справочные данные об организации» – последовательность элементов почтового адреса произвольна, не унифицирована в соответствии с «Правилами оказания услуг почтовой связи» [2, п.22], что увеличивает время на обработку информации в реквизите;

– «наименование вида документа» – часто неправильно расположен и по-разному оформлен: полужирным начертанием или строчными буквами;

– «дата документа» – на отдельных внутренних документах (например, на докладной записке) реквизит отсутствует, что недопустимо, т.к. дата придаёт юридическую силу документу, подтверждая его подлинность и удостоверяя дату события;

– «регистрационный номер документа» – реквизит отсутствует в докладных записках, актах, что не позволяет идентифицировать дату событий, названных в этих документах, следовательно, могут быть опротестованы все дальнейшие действия, так или иначе связанные с документами;

– «место составления (издания) документа» – непонятны условия, от которых зависит простановка/отсутствие реквизита, возникает ощущение бессистемности, случайности реквизита, что на самом деле не так;

– «заголовок к тексту» – вопреки стандарту реквизит располагается на разных местах, соединяется с реквизитом «наименование вида документа», начинается со строчной или с заглавной буквы, формулируется почти во всех косвенных падежах, хотя по ГОСТу предлагается только форма предложного падежа;

– «текст документа» – часто наблюдается нарушение композиционной структуры текстов, встречаются грамматические ошибки, а именно: употребляют в неправильной форме глаголы, нарушают нормы правописания в части падежных окончаний имён существительных, допускают пунктуационные ошибки;

– «подпись» – в расшифровке подписи инициалы ставят после фамилии, что не разрешено национальным стандартом; также составитель часто делает ошибку, указывая сначала младшего по должности сотрудника, это может расцениваться с точки зрения этики деловой коммуникации как неуважение к начальству;

– «печать» – чаще всего её проставляют на собственноручной подписи, из-за чего печать становится нечитаемой.

Как мы видим, ошибок в оформлении внутренних документов множество, и они системны. Некоторые ошибки в оформлении ведут к умалению юридической силы документа. Другие ставят под сомнение сами факты, описанные в документах, или замедляют процесс организации работы с документами. Все это не способствует высокой эффективности управленческих процессов. Поэтому в качестве рекомендации по оптимизации деятельности предлагается сначала не закупать новое оборудование, а наладить управленческие процессы внутри организации. А для этого специалисту, ответственному за подготовку документов, надо ознакомиться с новыми нормативными актами в области документирования (в частности, ГОСТ Р 7.0.97 – 2016 «Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов») или пройти курсы повышения профессиональной квалификации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. ГОСТ Р 7.0.97 – 2016 «Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов». – URL : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216461/ (дата обращения: 01.03.2020). – Текст : электронный.

2. Приказ Минкомсвязи России от 31.07.2014 № 234 (ред. от 27.03.2019) «Об утверждении Правил оказания услуг почтовой связи». – URL : <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=326577&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.2956824725333561#002218478240564492> (дата обращения: 01.03.2020). – Текст : электронный.

Научный руководитель – Семянкова О.И., канд. филолог. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет», г. Пенза.

DOCUMENTING THE ACTIVITIES OF PRIVATE COMPANIES AS AN INNOVATIVE TOOL

Author: Baranova Y S., student.

Research supervisor: Semyankova O.I., Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Penza State University», Penza.

Abstract: The article provides a thesis description of the results of the initial documentary audit carried out in a private company, explains the consequences of the shortcomings found and provides recommendations for improving the situation.

Keywords: innovation, optimization, documentation, requisite, national standard.

УДК 343.3/7

ФАКТОРЫ, ОБУСЛАВЛИВАЮЩИЕ РАСПРОСТРАНЕНИЕ ТЕРРОРИЗМА И ЭКСТРЕМИЗМА ПОСРЕДСТВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Гокунь Ю.С., студент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотация: в статье рассматривается Интернет как средство, при помощи которого распространяется терроризм и экстремизм. Определены факторы использования указанной технологии в противоправных целях. Установлены способы, с помощью которых Интернет применяется для реализации преступных деяний.

Ключевые слова: факторы, распространение, терроризм, экстремизм, Интернет.

В современном мире Интернет занимает важное место в жизни многих людей. Он обладает интегрирующим свойством, т.к. служит средством коммуникации и объединяет всё население нашей планеты независимо от возраста, пола, расы, религиозных убеждений и других признаков. Однако, несмотря на это, Интернет оказывает и крайне неблагоприятное влияние, выраженное в явных и скрытых угрозах.

Одной из явных угроз является распространение терроризма и экстремизма посредством сети Интернет. В настоящее время наблюдается тенденция ориентации террористических и экстремистских организаций на Интернет-сеть, в которой насчитывается до 10 тысяч экстремистских сайтов, из них более 500 – русскоязычные [2, с.30-36]. Использование Интернета в целях распространения терроризма и экстремизма обусловлено рядом факторов.

Во-первых, это получение любой информации практически моментально. Поиск информации в Интернете не занимает много времени. В большинстве случаев необходимые конкретному лицу сведения можно найти на первом сайте. Доступ в «один клик» к определённым данным позволяет экономить много времени и является очень удобным для того, кто намерен совершить теракт либо акт экстремизма. Быстрый поиск и сбор необходимой информации способствует организации или совершению противоправного деяния в кратчайшие сроки.

Второй фактор – это способность к быстрому обмену информацией. Данный фактор следует разграничивать от первого, т.к. он предполагает именно взаимодействие между двумя и более лицами посредством использования Интернета. Его пользователи в социальных сетях могут создать групповой чат либо в форме переписки двух лиц договориться о совершении теракта, маскируя данные действия, например, под обычную прогулку. В качестве аргумента также можно привести следующий пример. Группа террористов договорилась о побеге с места происшествия после совершения теракта, однако осуществлению их планов мешали сотрудники правоохранительных органов, в связи с чем возникла необходимость в принятии быстрого решения и обсуждения дальнейших действий. Быстро разрешить возникшие трудности и координировать свои действия возможно при помощи Интернета, как средства коммуникации.

Посредством сети Интернет террористы и экстремисты осуществляют пропаганду своих идей, привлекают новых adeptов [1, с.38-40] и обучают их [4, с.12-24]. Этому способствует массовость данной технологии, подразумевающая под собой распространение указанной сети на большое количество людей. Террористы распространяют свой контент, используя широкий спектр социальных инструментов. К ним относятся сайты, чаты, онлайн-доски объявлений и т.д. На веб-сайтах и в социальных сетях терро-

ристы и экстремисты размещают контент, который привлекает внимание и способствует быстрому достижению поставленных целей.

Видео с обращениями Усамы бен Ладена, Анвара аль-Авлаки, других известных террористов и тех, чьи имена еще не стали известны по всему миру, однако которые, обладая ораторским мастерством, способностью завлечь и повести за собой широкие массы либо хотя бы нескольких лиц, выступают в качестве главных средств, способствующих привлечению новых адептов. Подобные видео оправдывают применение терроризма и экстремизма, указывая на то, что это единственный способ добиться желаемого результата, делая их священным оружием праведных для борьбы с неверующими. Речи террористов вселяют в человека веру в себя и формируют у него убеждение о терроризме и экстремизме как о правомерных средствах не только борьбы с «неверными» и инакомыслящими, но и как о средстве защиты себя, своих близких, идеологии. Подверженное такому влиянию лицо идёт на всё ради праведной, по его мнению, мести и наиболее сильной защиты, даже если это будет стоить его жизни. Террорист не думает и не хочет думать о последствиях и ущербе, которые станут результатом осуществления теракта.

Помимо видео с обращениями террористов также используются видео с применением насилия в разных формах. Это может быть физическое насилие, начиная от толчков и заканчивая ударами ногами, применение холодного либо огнестрельного оружия, а также видеосюжеты о совершённых терактах и актах экстремизма, которые следует расценивать как проявление насилия, направленного на лишение жизни людей, ухудшение их здоровья, нарушение общественного порядка и национальной безопасности. Кровь, крики жертв, фасады обрушившихся зданий, хаос усиливают воздействие на психику смотрящего.

Террористами и экстремистами используются и стриминговые видеосервисы [3, с.13-15], позволяющие осуществлять трансляцию с места совершения преступления. Данная технология держит зрителя в напряжении, создаёт особую атмосферу, влияющую на психику, а также показывает, что террорист может сделать всё, что угодно и остаться безнаказанным. Конечно, спустя определённый промежуток времени сотрудники правоохранительных органов задержат террориста, однако это не будет снято на видео и не станет доступным для широкой общественности в отличие от самого акта терроризма.

На сегодняшний день невозможным является быстрое обнаружение и прерывание трансляции, показывающей совершение теракта либо иного противоправного действия. Это обстоятельство служит в пользу террористов, т.к. они могут беспрепятственно закончить начатое, открыто демонстрируя это пользователям стримингового видеосервиса.

Интернет помогает обезопасить злоумышленника. Подготавливаясь и распространяя данные о будущем теракте, преступник не боится раскрыть себя. Для своей защиты он может использовать фейк-аккаунты в социальных

сетях, самой распространённой из которых в Российской Федерации, Донецкой Народной Республике, Казахстане и ряде других государств является Вконтакте. Конечно, сотрудники правоохранительных органов, проведя специальные мероприятия, могут узнать настоящую личность собственника аккаунта. Это связано с тем, что для регистрации в указанной социальной сети необходимо указать свой номер телефона. Приобретение последнего в Российской Федерации и Донецкой Народной Республике возможно только по предъявлению паспорта. Зарегистрировать аккаунт в Вконтакте можно и с помощью указания на страничку в Facebook или привязке к E-mail, что опять-таки способствует раскрытию личности террориста.

Однако систему можно «обмануть», воспользовавшись виртуальным номером для приёма SMS. Для создания такого номера существует множество иностранных сайтов, как, например, международный сервис Pinger. Преимуществом использования такого номера является невозможность обнаружения личности его владельца. Это делает способ регистрации в Вконтакте с помощью использования виртуального номера идеальным для террористов и экстремистов.

Распространяя терроризм и экстремизм посредством использования сети Интернет возможно минимизировать не только вероятность раскрытия личности преступника, но и вероятность обнаружения его местонахождения. В этом террористу поспособствуют различного рода программы, изменяющие IP-адрес устройства, т.е. местонахождение гаджета, с которого осуществляется выход в Интернет, а, следовательно, и лица, его использующего. Таким образом, никто не узнает настоящее местонахождение лица, намеревающегося совершить теракт либо акт экстремизма.

Интернет помогает террористам лучше ориентироваться в местности. Для совершения теракта или акта экстремизма необходимо располагать обширными данными о территории, на которой планируется его совершение. Получить такие данные можно только либо непосредственно изучив местность путем наблюдения, либо с помощью карты. Раньше для покупки карты нужно было пойти и купить её. Сейчас карту любой местности можно найти в Интернете. Существует множество сайтов, на которых размещены интернет-карты. Сайт Карты Google (Google Maps) предоставляет пользователям бесплатный доступ к изображению любой местности. На этом сайте есть функции, позволяющие проложить маршрут от одного места к другому, что может поспособствовать террористу не только совершить теракт, но и скрыться с места преступления.

На сайте Яндекс.Карты населенные пункты постсоветского пространства прорисованы максимально точно, что дает лицам, намеревающимся совершить теракт или акт экстремизма, дополнительные возможности, связанные с высокой степенью конкретизации местности.

При планировании совершения теракта террористы могут воспользоваться и приложениями с картами, которые работают без Интернета. Tripso, City Maps 2GO, 2GIS и другие бесплатные мобильные приложения

содержат карты, дают возможность проложить маршрут и найти достопримечательности любого города. Террористы посредством использования таких приложений могут выбрать место совершения преступления, например, какую-либо достопримечательность, т.е. место большого скопления людей и, следовательно, большого количества потенциальных жертв. Террористы также могут продумать план отхода с места преступления и точку, где они смогут спрятать до определённого момента оружие, взрывчатку и другие боеприпасы.

Проанализировав вышеуказанные аргументы, можно прийти к выводу, что Интернет является одним из главных «сподвижников» терроризма и экстремизма, активно способствуя их распространению. Использование сети Интернет в противоправных целях поставило экстремизм и терроризм на новый уровень, что вызывает острую необходимость борьбы с ними.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гафиатулина, Н. Х. Медийное пространство как источник активности террористической организации / Н. Х. Гафиатулина, Д. М. Брусенцева. – Текст : непосредственный // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2017. – № 6-7. – С. 38-40.

2. Жаворонкова, Т. В. Использование сети интернет террористическими и экстремистскими организациями / Т. В. Жаворонкова. – Текст : непосредственный // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2015. – № 3 (178). – С. 30-36.

3. Игошин, О. С. Интернет как площадка для вербовки пособников террористическими организациями / О. С. Игошин. – Текст : непосредственный // Отечественная юриспруденция. – 2016. – № 11 (13). – С. 13-15.

4. Пашенко, И. В. Идеология террористических сообществ в сети Интернет: технологии распространения и специфика противодействия / И. В. Пашенко. – Текст : непосредственный // Caucasian Science Bridge. – 2018. – № 1 (2). – С. 12-24.

Научный руководитель: Гулина С.Н., старший преподаватель, ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

FACTORS CONDITING THE DISSEMINATION OF TERRORISM AND EXTREMISM THROUGH USE OF THE INTERNET

Author: Gokun Yu.S., student, yulya.gokun@mail.ru.

Research supervisor: Gulina S.N. - Senior Lecturer, Department of Criminal Law and Procedure, GOU VPO "Donetsk National University".

Abstract: The article considers the Internet as a means by which terrorism and extremism spread. The factors of using this technology for illegal purposes are determined. The methods by which the Internet is used to implement criminal acts are established.

Keywords: factors, distribution, terrorism, extremism, the Internet.

«БОЛЬШОЙ ТЕРРОР» И НЕФТЯНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ: СУДЬБА А. П. СЕРЕБРОВСКОГО

Иващенко М.Е., студент

*Филиал ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»
в г. Нижневартовске*

Аннотация: в статье рассматривается деятельность организатора советской нефтяной промышленности А. П. Серебровского, показано огромное значение, которое он оказал на технологическое перевооружение нефтяной отрасли в Советском Союзе, отмечено влияние сталинских репрессий на судьбу первого руководителя треста Азнефть.

Ключевые слова: репрессии, нефтяная промышленность, революция, Серебровский, нефтедобыча, Азнефть.

Сегодня к самым черным страницам нашей истории многие, не без оснований, относят годы правления И. В. Сталина, когда проводились массовые репрессии, сопровождавшиеся неоднократными нарушениями социалистической законности. Согласно открытым данным, в течение всего двух лет «Большого террора» (1937-1938) в стране по политическим обвинениям подверглись аресту более полутора миллионов человек. Репрессии также нанесли значительный ущерб системе подготовки инженерных кадров для нефтяной отрасли, всему нефтяному хозяйству в целом. Было арестовано множество ведущих специалистов-нефтяников, вузовских профессоров, ученых, инженеров и простых рабочих. Не миновал «карающий меч пролетарской диктатуры» одного из руководящих партийных и государственных деятелей Александра Павловича Серебровского, в возрасте 53 лет расстрелянного в феврале 1938 г. по приговору Военной коллегии Верховного суда СССР [3, с.43].

Можно заметить, что все траектории нелегкой жизненной судьбы этого крупного организатора советской нефтяной промышленности, так или иначе, были связаны с делом революции. Еще его отец и родной дядя в молодости увлекались идеями революционного народничества, за что в качестве подсудимых привлекались к знаменитому процессу «193-х», проходившему в 1877-1878 гг. Впрочем, для них дело обошлось без особо тяжких последствий. Согласно судебному вердикту, отцу в административном порядке вменили в наказание время предварительного заключения под стражей и освободили с учреждением особого надзора полиции. Дядя же вовсе был признан невиновным, и по особому распоряжению министра внутренних дел выслан на родину с подчинением негласному надзору правоохранительных органов [2, ст.1472].

Вероятно, теплая атмосфера взаимного доверия, царившая в доме Серебровских, способствовала формированию свободлюбивого мировоззрения у членов семьи. По крайней мере, известно, что старшие сыновья Сергей и Борис в свое время успели активно поучаствовать в студенческих беспорядках [3, с.7]. С юных лет и сам А. П. Серебровский с головой окунулся в революционное движение – увлечение марксистской литературой, подпольная деятельность, аресты, знакомство с В. И. Лениным, вступление в партию большевиков, революционные события 1905-1907 гг., Совет рабочих депутатов, затем политическая эмиграция, все это на долгие годы стало заметными вехами его бурной биографии. Окончив гимназию, он поступил в Петербургский технологический институт, откуда был отчислен за неблагонадежность, периодически устраивался рабочим на различные промышленные предприятия страны. Находясь с 1909 по 1912 гг. в Бельгии сумел окончить там Высшее техническое училище по специальности инженера-технолога. Полученные знания и приобретенный опыт оченьгодились ему в дальнейшей жизни после Великого Октября, в победе которого он принимал самое непосредственное участие [6, с.4-24].

С первых лет своего существования молодая Советская республика столкнулась с острой нехваткой квалифицированных кадров технической интеллигенции. Потребность быстрого решения стоявших перед страной величественных задач рекрутировала Серебровского, всегда находившегося в гуще событий, в ряды деятельных строителей социализма. Одной из поставленных в повестку дня первоочередных целей было «возрождение к жизни» исправной работы железных дорог, что потребовало от новоиспеченного заместителя наркома путей сообщения трудиться на износ – бессонными ночами, в бесчисленных разъездах, регулярных встречах с рабочими. Зато результаты говорили сами за себя – в короткие сроки удалось сделать куда больше, чем можно было ожидать. Имя Серебровского стало все более известным в стране в качестве опытного и умелого организатора народного хозяйства, а привычка самозабвенно отдаваться порученной работе осталась у него навсегда.

С избранием членом Главкомнефти и назначением председателем Бакинского нефтяного комитета начинается новый этап его жизни, связанный с восстановлением и развитием нефтяной промышленности Азербайджана, – основного нефтяного резервуара страны. Контуры будущего производственного объединения Азнефтеком тогда только начинали вырисовываться, но Серебровский по указанию ЦК АКП (б) уже взялся за решение важного вопроса об экспорте нефти. К тому времени сложилось такое положение, когда, несмотря на резкое снижение объемов бурения и добычи, в нефтехранилищах Баку скопилось около 4,5 млн. тонн «черного золота» [1, с.29]. Серебровский признавал, что «обстановка для выхода за границу была для нас чрезвычайно выгодна: в Европе шла борьба между двумя мировыми гигантами – американским трестом "Стандарт Ойл" и ан-

глийской компанией "Шелл"». И пока «они дрались, мы бросили на рынок наши первые пароходы с нефтяными товарами», занялись, как тогда говорили, «нефтяным "корсарством"». По оценке нашего героя, эти «кустарные попытки проникнуть на мировой рынок» оказались удачными и «произвели большую сумятицу на нефтяном рынке», а на вырученные деньги «мы смогли купить находящееся там нефтяное оборудование», в котором остро нуждалась советская нефтянка [7, с.70, 74].

Понимая природу серьезных трудностей, с которыми столкнулась нефтяная промышленность, Серебровский уделял большое внимание созданию и подготовке кадров «армии нефтяников». Он прямо заявлял, что задача хозяйственного подъема отрасли «может быть достигнута только в том случае, если мы привлечем рабочих, находящихся в уездах республики» [1, с.45]. И это были не пустые слова, подсчитано, что война и последующая разруха сократили «общую численность рабочего класса Азербайджана, не говоря уже о специалистах нефтяного дела» примерно на 30-40%. «Если в сентябре 1913 г. рабочие и служащие на нефтяных промыслах Баку составляли более 41 тыс. человек, то в сентябре 1920 г. их было только 25,5 тысяч» [1, с. 27]. Для решения проблемы использовались все возможные людские ресурсы. Так, в июле 1921 г. с согласия партийных вождей «было послано в учреждения Азнефтекома 124 рабочих и кроме того распределено 2.752 человека, прибывших из Константинополя. Всего в обеих партиях прибыло 4.418 человек из бывшей врангелевской армии, что до некоторой степени ослабило кризис с рабочей силой» [7, с.91].

Незаурядные способности талантливого руководителя были замечены наверху, в том числе, председателем СНК Лениным, обоснованно считавшим Серебровского «ценнейшим работником». В мае 1920 г. он возглавил советский трест Азнефть, приняв под свою команду большое, но полуразвалившееся хозяйство. Работая в Баку, много читал, выписывал иностранную литературу, постоянно встречался со специалистами. Ориентируясь «на широкое привлечение передового зарубежного, в первую очередь, американского опыта», Серебровский хотел «превратить возглавляемый им трест в одну из наиболее конкурентоспособных нефтяных компаний в мире» [4, с.64-65]. Об успехах «красного директора» Серебровского красноречиво говорят достигнутые результаты: добыча нефти с 2,4 млн. тонн в 1920-21 гг. возросла до 4,6 млн. тонн в 1924-25 гг., нефтепереработка выросла с двух до трех с лишним млн. тонн, резко увеличилась производительность труда, в 1924-25 хозяйственном году было пробурено порядка 122 тыс. метров [1, с.62, 63].

Совершенствованием инженерно-технических знаний Серебровский во многом был обязан тому, что в 1924 г. его отправили в многомесячную деловую поездку по Америке. На этот раз он ехал как глава гигантского нефтяного треста Азнефть, занимавшего видное место в мировой нефтедобыче. Заграничная командировка совпала со временем, когда правитель-

ства капиталистических стран были вынуждены считаться с повышением международного престижа и экономическим подъемом СССР. В США у Серебровского состоялись рабочие встречи с престарелым Дж. Рокфеллером и другими представителями «Стандарт Ойл», всерьез интересовавшимися стремительным успехом в восстановлении нефтяной промышленности Баку, а также вопросами нефтедобычи и современных методов бурения. Общение с ними стало настоящей школой профессионального мастера. Кроме того, поездка позволила заключить с американцами ряд выгодных для Советского Союза экономических контрактов [4, с.65-66].

В преддверие «большого скачка к социализму» административные способности проверенного партийного бойца Серебровского оказались востребованы на самом высшем государственном уровне. В 1926 г. он был переведен в Москву на должность председателя правления Нефтесиндиката, созданного четырьмя годами ранее в качестве общесоюзного монополиста в области внутренней и внешней торговли нефтью [8, с. 20-34]. В годы первых сталинских пятилеток Серебровский оставался тесно связанным с развитием нефтяной промышленности, последовательно занимая посты заместителей председателя ВСНХ и наркома тяжелой промышленности. Кроме того, в рамках указанных полномочий с 1928 г. также исполнял обязанности начальника Главзолота и члена коллегии Наркомфина СССР.

Однако по условиям времени судьба Серебровского и многих его товарищей по «нефтяному фронту» оказалась трагической. Частные и общие неудачи развития отрасли, вызванные стремлением завышенными объемами бурения и добычи «подстегнуть» темпы форсированной индустриализации, проще всего было объяснить вредительством «врагов народа». На эту незавидную роль органами госбезопасности был определен ряд лиц из руководства нефтяных главков – М. В. Баринов, А. Г. Барщевский, С. Н. Батулин, С. М. Ганшин, Н. Д. Ефуни, Н. М. Лондон, В. А. Миллер, И. М. Певзнер, А. Л. Розиноер, С. Б. Слуцкий и многие другие. Все они, наряду с частью своих коллег-руководителей, простых инженеров и некоторых рабочих нефтяной сферы были репрессированы в ходе «Большого террора». В его жерновах оказался и «советский Рокфеллер», кавалер орденов Ленина, Красной Звезды и Трудового Красного Знамени Серебровский, арестованный 23 сентября 1937 г. [5; 8, с.132-138].

Бесконечные допросы и пытки в застенках НКВД закончились вынесением сфальсифицированного приговора по надуманным обвинениям: якобы еще до революции он был агентом-провокатором, затем долгое время «двурушничал», продавшись английской разведке, знавшей о его «связях» с царской охранкой и шантажировавшей его в период заграникомандировки. В последние же годы Серебровский будто бы вошел в антипартийный блок, занимался вредительством и готовил теракты на первых лиц государства в качестве члена антисоветской диверсионно-

террористической организации, действовавшей в системе тяжелой промышленности СССР.

Итог уже известен, Серебровский был расстрелян и захоронен в подмосковной Коммунарке, приобретшей особую славу в наши дни. А имя крупного организатора советской нефтяной промышленности Александра Павловича Серебровского, необычайно много сделавшего для ее становления и успешного развития, на долгие годы было предано забвению, да и сегодня известно, пожалуй, только узкому кругу специалистов [3, с.41-43].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Асланов, С. Р. Александр Серебровский : Биографический очерк / С. Р. Асланов. – Баку : Азернешр, 1974. – 94 с. – Текст : непосредственный
2. Деятели революционного движения в России. – Москва : Изд-во Всес. общ-ва ПК и СП, 1932. – Т. 2. – Вып. IV. – 2156 ст. – Текст : непосредственный
3. Евдошенко, Ю. В. Александр Серебровский. Вехи политической биографии / Ю. В. Евдошенко. – Текст : непосредственный // Серебровский, А. П. На нефтяном фронте. – Москва : Нефтяное хозяйство, 2015. – С. 4-44.
4. Косторниченко, В. Н. Деятельность А. П. Серебровского по модернизации отечественной нефтяной промышленности периода НЭПа : привлечение американского капитала / В. Н. Косторниченко. – Текст : непосредственный // Вестник РУДН. Серия : История России. – 2007. – № 4. – С. 64-71.
5. Матвейчук, А. А. На пике Большого террора / А. А. Матвейчук. – Текст : непосредственный // Нефть России. – 2012. – № 2. – С. 111-117.
6. Наджафов, Г. Д. Весь пламень преданного сердца : Об А. П. Серебровском / Г. Д. Наджафов. – Москва : Политиздат, 1990. – 238 с. – Текст : непосредственный.
7. Серебровский, А. П. На нефтяном фронте / А. П. Серебровский. – Москва : Нефтяное хозяйство, 2015. – 330 с. – Текст : непосредственный.
8. Соколов, А. К. Советское нефтяное хозяйство. 1921-1945 гг. / А. К. Соколов. – Москва : ИРИ РАН, 2013. – 281 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: Мауль В.Я. д-р ист. наук, профессор Тюменского индустриального университета (филиал в г. Нижневартовске).

«BIG TERROR» AND OIL INDUSTRY: DESTINY A. P. SEREBROVSKY

Author: Ivaschenkova M.E., student, Tyumen Industrial University (Nizhnevartovsk affiliate), Nizhnevartovsk, m.ivashenkova2017@gmail.com.

Research supervisor: Maul V.Ya., doctor of Sc. (History), Professor, Tyumen Industrial University (Nizhnevartovsk affiliate), Nizhnevartovsk.

Abstract: the article examines the activities of the organizer of the Soviet oil industry A. P. Serebrovsky, shows the great importance that he had on the technological re-equipment of the oil industry in the Soviet Union, and notes the influence of Stalinist repression on the fate of the first head of the Azneft trust.

Keywords: repression, oil industry, revolution, Serebrovsky, oil production, Azneft.

УДК 331.1

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В МИРОВОЙ ПРАКТИКЕ

*Изтелеуова С. Р., Умарова Ш.Ф., Ахметжанов Ж.Е., студенты
Almaty Management University, Республика Казахстан, г. Алматы*

Аннотация: Сегодня наука менеджмента развивается по всему миру, так же и развиваются инновационные методы управления. Управленцы всего мира набираются опыта и внедряют новые способы улучшения производства и эффективности работы персонала предприятия. Цель статьи изучить и проанализировать сферу управления персоналом успешных стран, и изучить их различия.

Ключевые слова: управление персоналом, стратегия развития, менеджер, менеджмент человеческих ресурсов, управление человеческими ресурсами, система управления персоналом.

Управление персоналом является одним из главных и ключевых сфер в деятельности предприятия, способное многократно повысить или критически снизить эффективность организации в зависимости от того, насколько профессионально и качественно оно ведется руководителем. Стратегия развития управления персоналом, также известного, как управление человеческими ресурсами, имеет особое и важное место в становлении рыночной экономики каждой страны но, к сожалению, не у каждого государства получается успешно внедрять менеджмент человеческих ресурсов на предприятии. Как мы знаем, экономика Казахстана все еще находится на стадии развития, а рост экономики продолжается на протяжении последних 20 лет. Именно стратегия развития управления человеческими ресурсами дает возможность увеличить социально-экономическую эффективность любой организации или производства, а так же и государства. На сегодняшний день каждый менеджер и управленец понимает и видит необходимость и значимость системы управления персоналом. При этом не лишь как систему кадрового учёта и расчета заработной платы, но

и как систему, которая исполняет такие функции, как определение необходимости набора и отбора персонала, их адаптации, оценки труда персонала, их обучения, подготовки и повышения профессиональной квалификации, контроль и управления мотивацией, разработки и реализации социальных программ. Сегодня работодатели в современных условиях доказали, что затраты на социальные программы в самом деле являются одной из самых важных и ключевых форм долгосрочного инвестирования. Поэтому их затраты не ограничиваются взносами в фонды социального страхования и расчетом заработной платы. Это также демонстрирует большую значимость данной темы и необходимость её изучения.

К сожалению, не смотря на все вышеперечисленное, реальность показывает, что не все современные организации правильно используют потенциал своих сотрудников, так как применяемые руководителями методы управления человеческими ресурсами не обеспечивают качества инновационности, комплектности, требуемых организацией и не удовлетворяют своих работников.

Управление предприятием, также как и любая машина без двигателя, невозможно без людей являющихся её сердцем, мотором, приводящим организацию в действие. И как двигатель автомобиля, так и работники организации могут работать по-разному. А приведение в порядок и обеспечение эффективной работы этого «двигателя» и является первой задачей руководства любой организации. На сегодняшний день уже накоплен значительный багаж знаний и опыта лучших всемирных организаций, добившихся значительных успехов в деле мобилизации работников. В Японии самым первым в мире стал развиваться современный менеджмент человеческих ресурсов, формируя внутреннюю заинтересованность всех сотрудников в изготовлении высококачественной продукции с наиболее низкими издержками. В этом значении характерно высказывание одного крупного японского менеджера смешанной американо-японской компании SONY Акио Мориты: «Многие иностранцы, посещая нашу фирму, удивляются, как мы, используя ту же технологию, то же оборудование и то же сырье, что и в Европе и США, добиваемся более высокого уровня качества. Они не понимают, что качество – это не станки, а люди» [2, с.69].

Для многих организаций качественные изменения в менеджменте, в целом, как науке управления, дали толчок кардинальному переосмыслению традиционных методов кадрового менеджмента. В связи с этим создание систем менеджмента, в большей мере позволяющих раскрыться творческой инициативе на всех иерархических уровнях компаний и фирм, стало главной целью реорганизации крупных организаций в 1970-80-е годы. Впрочем, такая реорганизация не далась просто. Одним из главных причин препятствованию полной смены понятия управления персоналом и переменам можно подчеркнуть консервативное мышление и инертность персонала, уже сформировавшаяся система корпоративных традиций и

правил, ностальгия по «старым добрым временам». Ну и отсутствие желания и готовности людей к переменам замечались западными специалистами как в сравнительно успешных организациях, так и в тех, что на грани краха. Таким образом, современное «осмысление» менеджмента связано с включением человеческого фактора в систему менеджмента, с уклоном на развитие творческих способностей отдельных работников и их индивидуального личностного саморазвития.

Сегодня управление персоналом является рутинной деятельностью каждого менеджера, и каждый уважающий себя менеджер, должен уметь находить общий язык и общие интересы со своими подчиненными. Ведь чем бы ни управлял менеджер – производством или же качеством, он в первую очередь управляет персоналом, который применяет физический или же умственный труд, выполняя свою работу и внося вклад в деятельность организации. В современном обществе малоизвестны такие термины, как Управление Человеческими Ресурсами, HR менеджмент, Кадровое делопроизводство и т.д. Хотя в условиях рыночной экономики, данная отрасль является весьма востребованной. В прошлом столетии для успешного процветания бизнеса применяли хороших ритейлеров и опытных аналитиков, но нынешний рынок, как мы можем заметить, вследствие активного развития технологий, инноваций и промышленности изменился, и теперь для успешного процветания бизнеса необходимы высококвалифицированные работники. Так, как на сегодняшний день на рынке растет спрос на специально квалифицированных людей, занимающихся именно поиском и подбором персонала, соответственно тенденция создания HR отделов в компаниях стремительно возрастает во всем мире. На западе, а так же странах ближнего востока уже более двадцати лет развивается данная отрасль, а в Средней Азии управлению персоналом внимания уделялось значительно меньше. Причиной тому являются такие широко распространенные положения в организациях, как отсутствие правильного понимания сути и необходимости данной отрасли и внедрение ее руководством, как в Казахстанских, так и зарубежных компаниях Средней Азии.

Менеджеры XXI века всецело осознают, что именно человеческие ресурсы определяют результаты любого производственного процесса, а такие факторы, как капитал, земля и информация, становятся лишь инструментами в руках этих человеческих ресурсов для достижения организационных целей [1].

Концепция управления персоналом представляет собой систему взглядов на понятие, сущность, цели, задачи, принципы, функции, методы и подходы к данному виду деятельности. Каждая компания имеет свой специфический метод управления персоналом, разработанный под влиянием культуры своей страны, отрасли, региона, корпоративной культуры компании и т.д. [3].

Как упоминалось ранее, хорошее управление человеческими ресурсами является неотъемлемой частью работы и жизни любой компании. Во времена СССР подбору персонала уделялось малое значение и внимание, и с тех самых пор в большинстве Российских компаниях сохранился неправильный подход к управлению человеческими ресурсами. Причиной тому может служить то, что Россия недавно вошла в эпоху рыночной экономики, такая же причина и у других стран, принявших независимость после распада СССР. И там же управление персоналом является практически неразвитым. И хотя в последнее время в программах ВУЗов введена новая дисциплина «управление персоналом», однако, как показывает практика, на большинстве предприятий и организаций и поныне сохранился неправильный подход к работе с персоналом. Именно по этой причине так сложно внедрять опыт зарубежных стран и их различные системы мотивации и подбора персонала на отечественных предприятиях.

В разных государствах сформировались и свои подходы к управлению персоналом. Кардинально противоположными по своим ценностям подходами к управлению персоналом относят тот, что существовал в бывшем СССР и тот, что сформировался на Западе. Однако существуют и совсем иные методы управления персоналом, которые отличаются и от СССР, и от Запада, это японский метод. Следует отметить, что «классикой» среди систем управления персоналом считается американская и японская школы. Современные концепции систем управления персоналом основываются, как на научных подходах менеджмента, так и на теориях психологии и коммуникативного взаимодействия между людьми. Основой концепцией управления персоналом в современных условиях является возрастающая роль личных качеств работника, его знаний и мотивации.

Американская система управления персоналом проявляется, прежде всего, в том, что для США управление персоналом - это особая профессия, ремесло и искусство, которому обучают во многих учебных заведениях, и процесс обучения которому никогда не прекращается. В процессе осуществления управления персоналом, применяются различные организационные структуры, требующие от менеджеров гибкости, психологической выносливости, особенно на высшем и среднем уровне управления персоналом, что не характерно для японской системы менеджмента.

Японская модель отличается спецификой управления персоналом, это обусловлено влиянием национальных норм, традиций, а так же доминирующих религий. Первая отличительная черта японской системы управления персоналом – это набор сотрудников, при котором учитывается психологическая и социальная совместимость во избежание конфликтов и для обеспечения дружелюбной атмосферы в трудовом коллективе. Основная черта – это система пожизненного найма сотрудников. Япония не многонациональное государство, подавляющую часть населения составляет коренной народ, сплочённый историческими условиями.

Что касается Российской системы управления персоналом, как и американская, она значительно отличается от японской, тем не менее, если в пределах одной фирмы собрать представителей с одинаковыми социально-политическими взглядами и совместимыми характерами, то снимается проблема культурных и социальных конфликтов. Возвращаясь к японской модели, можно заметить какую роль играет эффективная корпоративная культура в организациях. Для них важна схема построения отношения между руководством и подчинёнными. В США и России привыкли к строгой субординации. А в Японии у граждан с детства воспитывается отношение к руководителям, как к мудрым наставникам. Коллектив же позиционируется, как вторая семья. В России, хотя подобное и возможно, руководителю будет сложно правильно себя позиционировать с самого начала трудовых отношений.

Подводя итоги можно сделать такой вывод, в каждом государстве свои принципы и устои, каждая страна идентична и уникальна по-своему. Можно взять и попробовать внедрять существующие успешные методы других стран, но будет ли это так же эффективно работать в вашей стране, где своя иная культура и другие ценности? Нет, не будет. Поскольку данные модели управления персонала, которые были раскрыты в статье, формировались на протяжении многих лет методом множества проб и ошибок, и далеко не сразу стали приносить успешные плоды.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Менеджмент. Теория и практика Казахстана : учеб. пособие / под ред. А. Н. Тулембаевой. – Алматы : Алматы Менеджмент Университет, 2015. – 572 с. – Текст : непосредственный.
2. Морита, А. Сделано в Японии. История фирмы Сони / А. Морита. – Москва : Прогресс, 1993. – 239 с. – Текст : непосредственный.
3. Особенности управления персоналом в США и Японии : сравнительная характеристика : реферат. 27 с. – URL : [https://www. bibliofond.ru/download_list.aspx?id=722819](https://www.bibliofond.ru/download_list.aspx?id=722819). – Текст : электронный.

Научный руководитель: Рахимбекова Ж.С., PhD in Economics, Доцент Almaty Management University.

MODERN HUMAN RESOURCES METHODS IN WORLD PRACTICE

Authors: Izteleuova S. R., student, izteleuovas08@gmail.com; Umarova Sh. F., student, ushahnura@gmail.com; Ahmetzhanov Zh.Y., student, vzxqm@mail.ru.

Research supervisor: Rakhimbekova Zh.S., PhD in Economics, docent of Almaty Management University.

Abstract: Today, the science of management is developing around the world, innovative management methods are developing, managers around the world are gaining experience and are introducing new ways to improve produc-

tion and the efficiency of the enterprise's personnel. The purpose of the article is to study and analyze the HR of successful countries in world practice and offer options for its development in Kazakhstan.

Keywords: personnel management, development strategy, manager, human resources management, human resources management, personnel management system.

УДК 622+94(479.24)

ТРАНСПОРТ НЕФТИ: ОПЫТ НОБЕЛЕЙ

Исхакова Г.Р., студент

*Филиал ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»
в г. Нижневартовск*

Аннотация: В статье анализируются заслуги братьев Нобель в создании российской нефтяной промышленности. Показаны их инженерные изобретения и технические нововведения в разработку инновационных способов транспортировки нефти и нефтепродуктов. Делается вывод о значительном вкладе обрусевших шведских предпринимателей в развитие нефтяного производства России в последней трети XIX – начале XX вв.

Ключевые слова: Товарищество нефтяного производства «Бранобель», Апшеронский полуостров, братья Нобель, транспорт нефти.

История транспорта нефти неразрывно связана с семьей выдающихся предпринимателей и изобретателей шведского происхождения Нобелей, деловой интерес которых был сосредоточен на нефтяном богатстве Азербайджана, входившего тогда в состав Российской империи. О наличии там нефти и сопутствующего газа было известно с давних пор. Еще средневековый итальянский путешественник и купец Марко Поло писал о «вечных столбах пламени» на Апшероне, которым поклонялись зороастрийцы. Однако настоящий нефтяной бум начался здесь только во второй половине XIX в. В 1870-е гг. в условиях пореформенного промышленного подъема российское правительство отменило государственную монополию на нефтедобычу в Закавказье, и в этот регион стал активно проникать крупный частный капитал, в том числе иностранный. Имена тогдашних нефтяных королей Ш. Асадуллаева, П. И. Губонина, В. А. Кокорева, Г. З. Тагиева и других были широко известны всей стране. Вскоре влиятельными «игроками» на формирующемся нефтяном рынке России стали Нобели. Один из них, Роберт Нобель, приехав в Баку, оценил нефтяные возможности края, которые показались ему достаточно перспективными. В 1874 г.

он занялся разведкой и добычей нефти на обоих берегах Каспия – на Апшеронском полуострове, и находящемся ровно по другую сторону Каспийского моря полуострове Челекен (Туркменистан). За 25 тысяч рублей Р. Нобель в 1875 г. приобрел у Тифлисского общества маленький керосиновый завод в Черном городе и нефтеносные участки в Сабунчах. Уже в апреле следующего года на участке № 52 Сабунчинской дачи была заложена первая буровая скважина. А еще через несколько лет в Баку насчитывалось около 200 перегонных заводов, коптивших небо над Черным городом своим насыщенным нефтью дымом [1, с.19-24].

В 1879 г. для более успешной деятельности было принято решение расширить производство и образовать нефтяное товарищество «Бранобель». Компаньонами Роберта согласились стать его братья Людвиг, Эмиль и Альфред. Последний из них, Альфред Нобель, известен как изобретатель динамита, в 1867 г. он запатентовал свое изобретение и получил огромную прибыль. Согласно завещанию А. Нобеля, большая часть его состояния отводилась на учреждение премии за достижения в области химии, физики, медицины, литературы и борьбы за мир (Нобелевская премия) [2, с.16-20]. Также нужно отметить компаньона Нобелей гражданина России Петра Бильдерлинга, – назначенного для упрощения юридических процедур оформления и работы принадлежавшей шведскому капиталу фирмы на территории Российской империи. Ситуация заметно улучшилась, когда через какое-то время и сами Нобели получили российское подданство. К тому же, в указе от 1 мая 1880 г. официальные власти объявили о желании иметь в нефтяной промышленности иностранных вкладчиков и иностранные предприятия [2, с.42-43].

Вскоре братья Нобели поняли, что устаревшие методы перевозки нефти и нефтепродуктов не соответствуют потребностям современной нефтедобычи. Поэтому главные нобелевские нововведения были сделаны именно в области транспорта нефти.

1. Трубопроводный транспорт.

Работы братьев Нобелей по транспорту нефти начались со строительства первого в Российской империи нефтепровода, спроектированного гениальным русским инженером В. Г. Шуховым. Нефтепровод с паровым насосом тянулся из Балаханов в Черный город, его длина составляла 9 км, диаметр – 3 дюйма, производительность – 80 тыс. пудов в сутки. Подобные нефтепроводы стали появляться на Сабунчинской и Раманинской площадях. Деньги, вложенные в их строительство, окупились буквально за один-единственный год.

Чуть ранее, в 1877 г., в Петербурге Л. Нобель занялся очередной новаторской работой – конструированием и изготовлением паровых насосных станций и другого оборудования, необходимого для модернизации нефтяного предприятия. Он нашел в Шотландии чугунолитейный завод, который снабжал пенсильванских нефтедобытчиков и заказал там более

толстые трубы. Затем он отправил инженера Александра Бари в Пенсильванию – изучать американские насосы и трубопроводы. Л. Нобель предложил конкурентам за определенную сумму присоединиться к его трубопроводу и тем самым облегчить транспортировку нефти, но они не поняли преимущества этого новшества. Бакинские власти сначала отказали ему в разрешении проложить трубопровод по территории города. Но он получил одобрение у петербургского правительства. В 1877 г. из Глазго прибыли первые трубы. Чтобы избежать саботажа со стороны конкурентов, их закапывали на двухметровую глубину. Трубопроводы были заложены от буровых вышек к большой насосной станции, также к ним подключались мелкие насосы. Но с самого начала возникла серьезная проблема, т.к. трубы начали ржаветь. Пришлось привлечь казаков для охраны трубопроводов и насосных станций на всем пути от промыслов к порту. Со временем многие нефтезаводчики разглядели собственную выгоду, и по их заказу Нобели стали строить керосинопроводы для других фирм [1, с.105-108].

2. Нефтеналивной флот.

Первый Российский нефтеналивной танкер «Зороастр» был спущен на воду в 1878 г. В те времена, когда керосин перевозили морским путем, его наливали в дубовые бочки и грузили в судно, часто бочки разбивались, а содержимое выливалось за борт. Чтобы устранить этот недостаток Нобели задались вопросом: можно ли перевозить нефть как зерно? Хотя русские судовладельцы лишь смеялись над ними, Людвиг Нобель решил все-таки купить судно из бессемеровской стали и испытать, результаты были успешными. Конструкция наливного парохода представляла два отсека, чтобы сократить количество волн при перемещении судна на море. Имя ему дали в честь пророка религии огнепоклонников Зороастра. Так было положено начало создания нефтеналивного флота Бакинского порта – самого крупного в Российской империи. Позже спустили на воду танкеры «Норденшельд», «Моисей», «Талмуд», «Спиноза», «Брама», «Сократ», «Коран», «Будда», «Магомет», «Дарвин», «Эммануил Нобель», «Роберт Нобель», «Пирогов» и многие другие. Всего нефтеналивной флот Нобелей насчитывал более 200 судов [2, с.43-55].

В 1887 г. на долю Каспийского флота приходилось 78,5% вывоза (диаграмма 1).

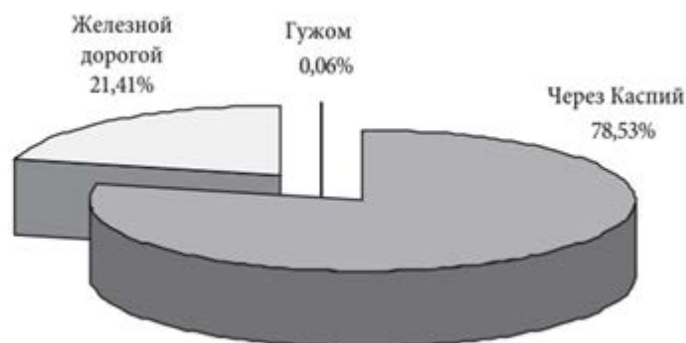


Диаграмма 1. Способ вывоза нефтепродуктов из Баку (1887 г.)

Несмотря на численное превосходство парусных судов над паровыми, вместимость последних была в два раза выше, что сказалось в итоге на характере Каспийского товарооборота (диаграмма 2) [3, с.246-249].

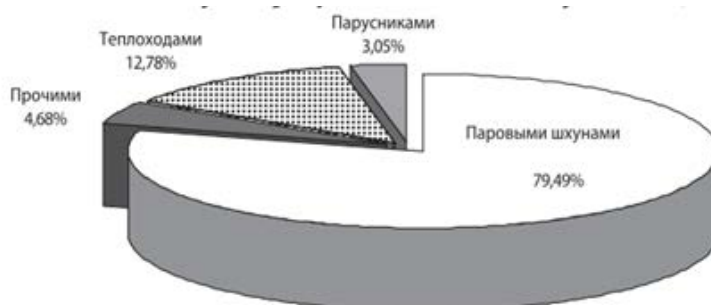


Диаграмма 2. Вывоз нефтепродуктов Бакинским флотом (1910 г.)

В 1903 г запустили первый в мире дизель-электроход «Вандал». Работающий на дешевой солярке дизель был намного выгоднее, компактнее и легче паровых машин, и инженерам завода было поручено приспособить дизель для установки на суда. Проблема состояла в том, что ДВС тогда могли вращать вал только в одну сторону (нереверсивные). Было решено применить электрическую передачу, т.е. использовать дизель для вращения ротора электрогенератора, питающего электромотор [1, с.253-256].

3. Резервуары.

Для разгрузки на суше больших танкеров, а также для хранения продукции, стали применять вертикальные цилиндрические резервуары на нефтяных складах. Перевозка нефти сильно зависела от погоды, зимой нефтепродукты замерзали. Чтобы предотвратить простои в работе использовались резервуары, которые заполнялись только в летнее время. Конструкция, спроектированная В. Г. Шуховым, представляла стальное дно и громотводы. Вместимость в общей сложности составляла 76300 тонн [1, с.37-39].

4. Железнодорожные перевозки.

Помимо уже сказанного, заслуги Нобелей заключались в том, что они первыми запустили на трассу железнодорожные вагоны-цистерны для перевозки нефтепродуктов. С этой целью были созданы наливные системы с герметическими железными камерами цистернами, что позволило безбоязненно использовать паровой двигатель, и, в конечном счете, произвело настоящую нефтетранспортную революцию. Первые цистерны строились двухосными с котлом диаметром 1360-1500 мм, длиной от 5 метров, объемом котла от 8 до 10 кубометров. [3, с.246-249].

В целом Нобели создали первую в России разветвленную нефтесбытовую сеть, включавшую базу со складами, магазинами, логистическими центрами, которые охватывали европейскую часть России. Неслучайно, компания «Бранобель» занимала ведущие позиции в нефтяной отрасли страны на протяжении всего времени своего существования. К началу Первой мировой войны капитал товарищества составлял 30 млн. рублей. В

нефтяной империи Нобелей трудились 30 тысяч человек, было 13 заводов, 6 из которых нефтеперерабатывающие. Добыча нефти составляла 58 млн. пудов в год. На протяжении 30 лет «Бранобель» был абсолютным лидером российской нефтяной промышленности. Однако после революции 1917 г. товарищество было национализировано Советской властью, и деятельность Нобелей в России завершилась навсегда.

Подводя итоги, можно заметить, что в истории Нобели были отмечены, как мудрые и ответственные руководители нефтяного товарищества «Бранобель». Огромен вклад братьев особенно в развитие транспорта нефти: первое в мире нефтеналивное металлическое судно «Зороастр», первый нефтепровод, первые в России железнодорожные вагоны-цистерны. Тогда же появились и металлические резервуары для хранения нефтепродуктов. Все конструкции, созданные братьями Нобелями, были удобными и экономически выгодными. Передовой опыт Нобелей в области транспортировки нефти не утратил своего значения и сегодня во всем мире.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Документы жизни и деятельности семьи Нобель. 1801-1932 / под ред. А. И. Мелуа. – Санкт-Петербург : Гуманистика, 2013. – Т. 11. – 480 с. – Текст : непосредственный.
2. Осбринк, Б. Империя Нобелей : история о знаменитых шведах, бакинской нефти и революции в России / Б. Осбринк. – Москва : Алгоритм, 2014. – 272 с. – Текст : непосредственный.
3. Сеидов, В. Н. Архивы Бакинских нефтяных фирм (XIX – начало XX века) / В. Н. Сеидов. – Москва : МОДЕСТ КОЛЕРОВ, 2009. – 290 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: Мауль В.Я. д-р ист. наук, профессор Тюменского индустриального университета (филиал в г. Нижневартовске).

OIL TRANSPORT : EXPERIENCE OF NOBELS

Author: Iskhakova G.R., student, Tyumen Industrial University (Nizhnevartovsk affiliate), Nizhnevartovsk, galiya.isxakova@bk.ru.

Research supervisor: Maul V.Ya., doctor of Sc. (History), Professor, Tyumen Industrial University (Nizhnevartovsk affiliate), Nizhnevartovsk.

Abstract: The article analyzes the merits of the Nobel brothers in the co-construction of the Russian oil industry. Their engineering inventions and technical innovations in the development of innovative methods for transporting oil and oil products are shown. The conclusion is drawn about the significant contribution of Russified Swedish businessmen to the development of Russian oil production in the last third of the 19th and beginning of the 20th centuries.

Keywords: Brano-Bel Oil Partnership, Absheron Peninsula, Nobel brothers, oil transportation.

МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВОЙ АНАЛИЗ КОМПЛЕКСА МЕР ПО ВЫПОЛНЕНИЮ МИНСКИХ СОГЛАШЕНИЙ

Московский В.В., студент

ГОУ ВПО «Донбасская Юридическая Академия», ДНР, г. Донецк

Аннотация: В данной статье приводится анализ одного из наиболее значимых международных соглашений последнего десятилетия Комплекса мер по выполнению Минских соглашений (Вторые минские соглашения) с точки зрения основополагающей Венской Конвенции о праве международных договоров от 23 мая 1969 года. А также указывается на основные недостатки процесса реализации данного соглашения, выдвигаются предложения по их устранению.

Ключевые слова: конфликт, соглашение, Нормандский формат, перемирие, нестабильность, Народные Республики.

Ежедневно в мире происходит достаточно большое количество международных политических процессов, результатами которых являются различные действия в экономических социальных и правовых сферах. После окончания холодной войны и краха Ялтинской системы безопасности мир ступил в эпоху глобальной перманентной нестабильности. Главным свидетельством нестабильности явились вооруженные конфликты, цветные революции, гражданские войны и феномен международного права XXI века сецессия. На сегодняшний день одним из наиболее нестабильных мировых регионов является Украина.

С апреля 2014 года на территории Донецкой и Луганской области Украины идет гражданский конфликт между центральной властью и установившимся режимом Донецкой и Луганской Народных Республик. С сентября 2014 года после ряда тяжелых боев власть Украины при содействии Российской Федерации начали мирный процесс, итогом которого стал Минский протокол (Первое Минское соглашение). Однако, не смотря на подписание данного документа, практической реализации соглашения не последовало, в результате чего боевые действия возобновились с новой силой. Нарастание нестабильности в регионе приобретало катастрофический характер в виду чего, было принято решение о возобновлении мирных переговоров, уже в расширенном составе. Итогом данного мирного процесса стал Комплекс мер по выполнению Минских соглашений, который был представлен и принят к работе Советом Безопасности ООН, а также подписан сторонами конфликта при содействии и под контролем международных посредников в лице Российской Федерации, Германии, Франции и ОБСЕ. Однако, не смотря на обязательный характер, данные соглашения до сих пор являются крайне проти-

воречивыми, и фактически не исполняются сторонами подписавших его. У этого есть ряд причин как правовых, так и политических. В данной работе мы проанализируем Комплекс мер по выполнению Минских соглашений с международно-правовой точки зрения для выделения проблемных сторон соглашения и выработки механизма его реализации.

Прежде всего, стоит начать с международно-правовой характеристики соглашений. Порядок оформления международных соглашений регламентирован Венской конвенцией о праве международных договоров 1969 года [1, с.112]. Стоит отметить, что комплекс мер по выполнению Минских соглашений не является самостоятельным договором между противоборствующими сторонами, а выступает в роли дополнения к Минскому протоколу 2014 года. Однако в силу принятой резолюции Совета Безопасности ООН от 17 февраля 2015 года № S/RES/2202 (2015), Комплекс мер обладает характером нормы *jus cogens*, так как резолюции Совета Безопасности ООН для всех стран участников ООН являются обязательными к исполнению в отличие от Минского протокола 2014 года, исполнение которого зависело, прежде всего, не от обязанности, а от желания выполнять его положения сторонами. Также стоит отметить, что стороны подписанты, а именно Украина и непризнанные республики по-разному трактуют условия достижения мира, постоянно изменяют последовательность действий. Это, в свою очередь, показывает отсутствие процессов установления аутентичности текста Комплекса мер, а также отсутствие процедуры парафирования, что идет в разрез с Конвенцией о праве международных договоров. Кроме этого, согласно положений конвенции, субъекты, подписавшие данное соглашение, не являются равными, так как один из субъектов, а именно Донецкая и Луганская Республики не являются субъектами международного права, вследствие чего любое соглашение, подписанное между признанным государством и республиками будет выходить за рамки регулирования Венской конвенции. Исходя из анализа Комплекса мер по выполнению Минских соглашений на основании положений Венской конвенции о праве международных договоров, можно сформировать ряд особенностей Второго Минского соглашения, так называют дипломаты Комплекс мер, утвержденный в 2015 году.

Во-первых, Комплекс мер не является предметом регулирования конвенции о праве международных договоров, в виду того, что заключен между не равными участниками международно-правовых отношений.

Во-вторых, текст Комплекса мер не прошел ряд обязательных процедур характерных при заключении международного договора. И является своего рода дополнением к Минскому протоколу, подписанному еще в сентябре 2014 г., что в свою очередь характеризует его как своего рода международный технический регламент.

Таким образом, можно сделать вывод о политическом характере данного соглашения, выполнение которого на данный момент вызывает

ряд трудностей. Одной из основных проблем является несогласованность позиций договаривающихся сторон о порядке очередности выполнения пунктов, что в свою очередь вызывает ряд манипуляций для отсрочки выполнения ключевых условий, таких как полномасштабное разведение военных сил и средств, а также предоставление особого статуса неподконтрольных Украине республик. Кроме этого, выполнение условий Комплекса мер зависит во многом от внутреннего законодательства Украины, которое должно быть реформировано на уровне основного закона, конституции. Исходя из вышеизложенного, на основании отображенных политических причин стагнации при выполнении Комплекса мер, исходя из анализа соглашений на основании Венской конвенции 1969 года, можно сформулировать ряд практических предложений по реализации Комплекса мер.

1. Необходимо пересмотреть и усилить роль международных посредников для стимулирования сторон соглашения в переговорном процессе.

2. Необходимо на уровне Генеральной Ассамблеи и Совета Безопасности ООН установить единое толкование Комплекса мер по выполнению Минских соглашений, с целью пресечения манипуляций с текстом соглашений.

3. Установить на уровне Глав государств согласно международным конвенциям ответственность за уклонение от выполнения Комплекса мер и затягивания переговорного процесса.

По нашему мнению именно подобными международно-правовыми действиями, возможно, вывести Комплекс мер по выполнению Минских соглашений в разряд рабочих моделей урегулирования внутригосударственных военно-политических кризисов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Лукашук, И. И. Современное право международных договоров. Т. 2 : Действие международных договоров / И. И. Лукашук. – Москва : Волтерс Клувер, 2006. – 342 с. – Текст : непосредственный.

Научный руководитель: Кроливец В.А., преподаватель кафедры ГМП, Донбасской юридической академии.

INTERNATIONAL LEGAL ANALYSIS OF THE SET OF MEASURES TO IMPLEMENT THE MINSK AGREEMENTS

Author: Moskovsky V.V., student, vladislav.mosckovsky@yandex.ru.

Research supervisor: V.A. Krolivets, teacher of the Department of GMP, Donbass law Academy.

Abstract: this article provides an analysis of one of the most significant international agreements of the last decade, a Set of measures to implement the

Minsk agreements (the Second Minsk agreements) from the point of view of the fundamental Vienna Convention on the law of treaties of may 23, 1969. It also points out the main shortcomings of the implementation process of this agreement, and offers suggestions for their elimination.

Keywords: conflict, agreement, Normandy format, a ceasefire, the instability of the people's Republic.

УДК 347.77: 004.9

МЕХАНИЗМ ЗАЩИТЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЯДА СТРАН

Нарыжный Н.А., аспирант

*ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при
Главе Донецкой Народной Республики», ДНР, г. Донецк*

Аннотация. Статья раскрывает роль механизма защиты интеллектуальной собственности в эпоху цифровизации. Показано, что его гармоничность обеспечивает цифровую конкурентоспособность стран и их технологическое лидерство. Определена необходимость повышения согласованности между целевыми ориентирами развития государства, цифровизацией и защитой исключительных прав разработчиков цифровых технологий.

Ключевые слова: цифровизация, интеллектуальная собственность, механизм защиты, исключительные права.

Сегодня мир меняет свой облик в силу повышательной волны радиальных изменений, связанных с созданием и внедрением цифровых технологий. Однако цифровизация влечет за собой не только кардинальные преобразования социоэкономической среды, но и усиливает роль фактора «технологической силы» в международных отношениях, усугубляет дифференциацию между экспортерами передовых секретов промысла и их импортерами, сдерживает подъем новых центров мирового экономического роста. Подобные опасения высказывает и Х.-Д. Чанг в работе «Отбрасывая лестницу. Стратегия развития в исторической перспективе» [1]. Ученый вскрывает существенную разницу между экономической эволюцией ныне развитых государств и предписаниями, которые сегодня выдаются более бедным странам. Это наталкивает на мысль о том, что развитые страны пытаются «выкинуть лестницу», с ко-

торой они поднялись на вершину, в том числе и путем ограничений на заимствование более совершенных технологий. На чем же основывается успех одних стран в сфере цифровизации, и каков должен быть путь ее обеспечения в других? Поиск ответов на поставленные вопросы требует определения ряда стран, в цифровой политике которых можно найти успешные рецепты для других государств. Для определения круга таких субъектов можно использовать несколько репрезентативных международных рейтингов.

1. Международный рейтинг цифровой конкурентоспособности IMD, который измеряет способность и готовность 63-х стран к использованию цифровых технологий в качестве ключевого фактора экономических преобразований в бизнесе, правительстве и обществе в целом [2]. В основе построения данного интегрального показателя лежит группа факторов, которые отражают состояние трех сфер: знания, технологии и готовность к будущему. В свою очередь, обозначенная триада разделена на субфакторы. Так, сфера знаний содержит такие субфакторы, как талант, обучение и воспитание, научная концентрация, область технологий – нормативную правовую базу, капитал и технологическую основу, а готовность к будущему – адаптивные установки, гибкость бизнеса и ИТ-интеграцию. Каждый субфактор раскрывается через множество оценочных показателей, которые переводятся в безразмерные величины, сводятся в обобщенные критерии в соответствии с уровнем своей иерархии, а затем агрегируются индексным методом в итоговый показатель.

2. Международный рейтинг стран по Индексу защиты прав собственности, который охватывает три грани поднятой в статье проблематики: правовую и политическую среду, права на физическую собственность и права на интеллектуальную собственность [3]. Субиндекс состояния правовой и политической среды базируется на оценках независимости судебной власти, верховенства закона, политической стабильности и контроле коррупции. Субиндекс прав на физическую собственность складывается из таких составляющих: защита прав собственности, регистрация собственности, легкость доступа к кредитам. Компонента «права на интеллектуальную собственность» включает в себя: защиту прав на интеллектуальную собственность, восприятие защиты интеллектуальной собственности, патентную защиту и авторское право (пиратство).

Сравнительный анализ позиций государств в названных международных рейтингах позволяет отметить, что многие из лидеров по цифровой конкурентоспособности попадают в топ-10 стран по величинам Индекса защиты прав собственности и составного показателя, отражающего защиту интеллектуальной собственности. Речь идет о США, Финляндии, Швейцарии, Швеции, Норвегии, Нидерландах, Норвегии (таблица 1).

Табл. 1. Сравнительный анализ позиций ряда стран мирового сообщества по уровню цифровой конкурентоспособности и международному индексу защиты прав собственности [2; 3]

Рейтинг цифровой конкурентоспособности		Рейтинг стран по Индексу защиты прав собственности		Составной показатель «защита интеллектуальной собственности»	
Позиция страны	Значение индекса	Позиция страны	Значение индекса	Позиция страны	Значение индекса
1	2	3	4	5	6
1. США	100,00	1. Финляндия	8,712	1. Финляндия	8,903
2. Сингапур	99,373	2. Швейцария	8,712	2. США	8,780
3. Швеция	96,070	3. Новая Зеландия	8,514	3. Швейцария	8,688
4. Дания	95,225	4. Сингапур	8,462	4. Австралия	8,656
5. Швейцария	94,648	5. Австралия	8,363	5. Япония	8,620
6. Нидерланды	94,261	6. Япония	8,323	6. Нидерланды	8,553
7. Финляндия	93,732	7. Швеция	8,280	7. Великобритания	8,472
8. Гонконг	93,686	8. Норвегия	8,279	8. Австрия	8,434
9. Норвегия	93,671	9. Люксембург	8,275	9. Швеция	8,369
10. Республика Корея	91,297	10. Нидерланды	8,273	10. Германия	8,292
40. Российская Федерация	70,406	86. Российская Федерация	4,989	64. Российская Федерация	5,391

За последнее десятилетие в десятке стран-лидеров по Индексу защиты прав собственности можно наблюдать потерю позиций Германии, Канады и Австрии при неизменном первенстве Финляндии и существенном укреплении положения Японии. Причины устойчивости Финляндии и ощутимое улучшение позиций Японии во многом определяются позитивными изменениями в сфере авторского права. Позиции Российской Федерации в обозначенных международных рейтингах достаточно скромны, что особенно наглядно на фоне сравнения с Финляндией и США (рисунок 1).

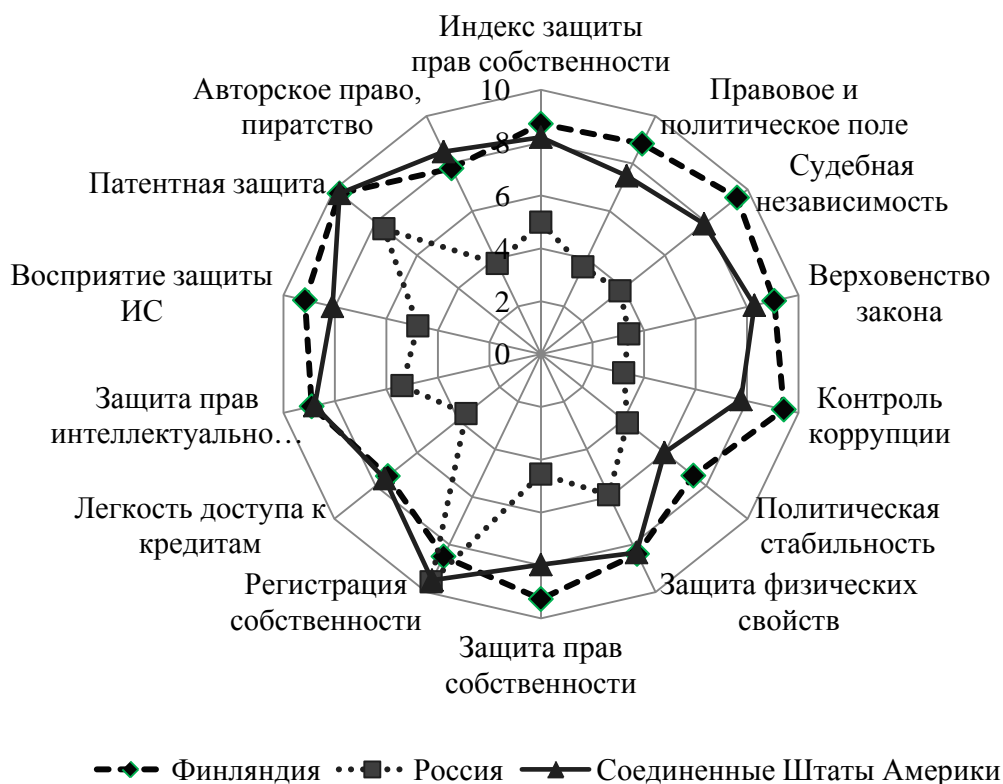


Рис. 1. Сравнительный анализ отдельных стран по Индексу защиты прав собственности и его составным оценочным показателям, 2019 г. [3]

В приведенном рисунке можно увидеть наличествующую в российской системе защиты прав интеллектуальной собственности гипертрофию. Она проявляется в относительно высоком значении показателя «патентная защита» при одновременно-низких величинах таких параметров, как «восприятие защиты интеллектуальной собственности» и «авторское право, пиратство». Это грозит укоренением импортоориентированной модели в сфере цифровых технологий, заимствовать которые становится все дороже и сложнее.

Оказывается, успех лидеров цифровой гонки заключается, прежде всего, в эффективном механизме защиты интеллектуальной собственности, рациональных способах интенсификации процессов разработки и внедрения секретов промысла, ясных и стабильных правилах защиты интересов создателей и потребителей цифровых технологий, целевой ориентации данного механизма на ключевые цели развития государства, экономики и общества в целом. Поэтому для Российской Федерации и других стран, претендующих на роль новых центров экономического роста, сейчас крайне важно обеспечить созвучие приоритетов развития государства, стимулов к созданию и использованию национальных цифровых технологий (а не к их импортированию) и правил, способов защиты исключитель-

ных прав разработчиков продуктов цифровой индустрии. И чем быстрее будет создано это соответствие, чем раньше будут упорядочены и объединены единым курсом обозначенные составные компоненты – тем раньше можно будет говорить о свершившемся переходе стран на новый цифровой этап развития.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Chang, H.-J. Kicking Away the Ladder: Development Strategy in Historical Perspective / H.-J. Chang. – London : Anthem Press, 2002. – 196 p. – Direct text.

2. IMD World Digital Competitiveness 2019. – URL : <https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-digital-competitiveness-rankings-2019>. – Text : electronic.

3. International Property Rights Index 2019. – URL : <https://www.internationalpropertyrightsindex.org/>. – Text : electronic.

Научный руководитель: Морозов Е.Л., канд. гос. упр-я, доцент, Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики.

INTELLECTUAL PROPERTY PROTECTION MECHANISM IN THE ERA OF DIGITALIZATION: COMPARATIVE ANALYSIS OF A NUMBER OF COUNTRIES

Author: Naryzhnyj N.A., post-graduate student, naryzhnyj@yandex.com

Research supervisor: Morozov E.L., PhD, docent of SEE HPE «Donetsk academy of management and public administration under the Head of Donetsk People's Republic».

Abstract. The article reveals the role of the intellectual property protection mechanism in the era of digitalization. It is shown that its harmony ensures the digital competitiveness of the mill and their technological leadership. The necessity of increasing consistency between the state's development targets, digitalization and protection of the interests of digital technology developers is identified.

Keywords: digitalization, intellectual property, protection mechanism, exclusive rights.

СКОТОКРАДСТВО: НОВЕЛЛА УГОЛОВНОГО КОДЕКСА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

*Олейник Ю.В., ст. преподаватель, магистр юриспруденции
Социально-технический университет имени академика З. Алдамжар,
Республика Казахстан, г. Костанай*

Аннотация: в статье дается уголовно-правовой анализ статьи 188-1 в Республике Казахстан. Рассматриваются особенности предмета преступления, а так же способа совершения. Проведена классификация мер предупреждения скотокрадства, выделены общеправовые, организационные, оперативно-розыскные меры. Рассмотрение существенных, значимых признаков, характеризующих данный состав.

Ключевые слова: уголовный кодекс, хищение, кража, скотокрадство, уголовное правонарушение, проступок, преступление.

Базис государства и его политические, управленческие, правовые и другие устои обуславливают собственность как экономическую основу. Защита собственности одна из основных функций государства, которое гарантирует стабильность отношений собственности, обеспечивая условия их защиты. В решении этих задач важная роль отводится уголовно-правовым средствам противодействия преступности в этой сфере.

Тайное хищение имущества отличаются повышенной степенью латентности, вследствие чего процент раскрываемости по данному виду преступлений крайне невысок (по Костанайской области за последние четыре года процент раскрываемости краж не превышает 30%).

Одним из наиболее значимых изменений нового Уголовного кодекса Республики Казахстан от 03 июля 2014 г. стало введение понятие «уголовное правонарушение», которое в зависимости от степени общественной опасности и наказуемости подразделяется на преступления и уголовные проступки (статья 10 УК РК). Уголовное законодательство в Главе 6 «Уголовные правонарушения против собственности» предусматривает ответственность за кражу-проступок – в ст. 187 «Мелкое хищение» и кражу-преступление – ст. 188 «Кража» и данная глава дополнена статьей 188-1 в соответствии с Законом РК от 27.12.19 г. № 292-VI статья 188-1. «Скотокрадство» кражу-преступление [2].

В Казахстане на сегодня принимаются меры законодательного характера по ужесточению уголовной ответственности за кражу скота. В связи с этим разработана поправка в Уголовный кодекс в виде самостоятельной нормы за скотокрадство, о которой говорилось выше. «В результате принимаемых мер с 2015 года отмечается снижение краж скота ежегодно на 11-14%. В текущем году снижено до 10,5%. Уменьшено количество похи-

ценных сельскохозяйственных животных на 60% – с 25,4 тыс. голов в 2016 году до 15,4 тыс. в 2018 году» [7].

Рассмотрим признаки скотокрадства через характеристику ее состава. В отличие от уголовного законодательства России в Уголовном кодексе Казахстана преступления против собственности не входят в раздел преступлений в сфере экономики. Преступления против собственности и преступления в сфере экономической деятельности (Глава 8 УК РК) образуют две самостоятельных группы преступлений.

Непосредственным объектом скотокрадства являются общественные отношения, связанные с правом собственности конкретного лица – т.е. признаваемым и охраняемым законодательными актами правом субъекта по своему усмотрению владеть, пользоваться и распоряжаться принадлежащим ему имуществом (ч. 1 ст. 188 «Понятие и содержание права собственности» Гражданского кодекса Республики Казахстан) [1].

Обязательным признаком состава рассматриваемого преступления является предмет кражи – чужое имущество. Отличием «кражи» (ст.188 УК) от «скотокрадства» (ст.188-1 УК) является объект преступления. Если в первом случае предметом преступного посягательства выступает любое имущество, без разграничений, то во втором, является только скот, который указан в примечании к данной статье, а именно: «Под скотом в настоящей статье понимаются: скот крупный рогатый; лошади и ослы; верблюды; скот мелкий рогатый; свиньи [2]. Перечисленные виды животных обладают не только рядом физиологических и морфологических особенностей, но и тем, что содержатся и выращиваются в различных условиях. Так, лошадей, крупный рогатый скот похищают как из закрытых помещений, так и на открытой местности, свиней же в основном похищают из закрытых помещений, что обусловлено условиями их содержания. При краже лошадей и верблюдов скотокрады имеют возможность использовать их как транспортное средство при перемещении с места кражи.

Диспозиция ст. 188-1 УК РК из всех признаков объективной стороны данного преступления указывает только способ его совершения – тайное хищение. «Главным отличительным признаком кражи как формы хищения является тайный способ ее совершения. Тайность хищения подразумевает его совершение скрытно, незаметно для окружающих. Оценка тайности хищения проводится на основе двух критериев: объективного (когда свидетели преступления отсутствуют, либо не осознают преступный характер действий) и субъективного (уверенности виновного в незаметности своих действий либо расчете, что присутствующие лица не раскроют его действия). При этом основополагающее значение для квалификации действий виновного имеет субъективный критерий» [3, с.11; 4, с.65].

В зависимости от размеров и веса похищаемых животных имеются различия в способах передвижения с ними с места кражи. Свиньи, козы, овцы, в основном имеют небольшие размеры и вес, что позволяет в некоторых случаях унести их с места кражи в мешке или в руках. Для бесшум-

ного завладения животными используются сыпучие вещества, такие, как мука, манка, вдыхая их, животное не может издавать характерные звуки и тем самым привлечь внимание хозяев или сторожей.

Привлекательна для преступников в силу целого ряда причин реализация путем забоя скота и продажи мяса похищенных животных: – устойчивый спрос на мясопродукты; – стабильные и высокие цены; – обилие мест для продажи: рынки, мясные павильоны, большое количество мяса реализуется через магазины, а также автомобильные трассы или прямо во дворах жилых городских массивов; – сложность идентификации похищенного; – отсутствие подозрений ввиду того, что продажей мяса животных занимается огромное число сельских жителей.

Анализ преступлений показывает, что в основном скот похищают с пастбищ – более 60%, где животные длительное время находятся без какого-либо присмотра, тем самым создаются условия для их хищения [7].

Скотократство с проникновением в скотный двор или иное хранилище отнесено к категории тяжких преступлений, по которому предусмотрено наказание в виде лишения свободы на срок от 5 до 10 лет с конфискацией имущества. Так, в Кобдинском районном суде рассмотрено уголовное дело по факту кражи скота в отношении С. и Т., которые преднамеренно прибыв на автомашине к дому потерпевшего, проникли в его сарай и украли двух овец. Приговором суда С. и Т. осуждены по п.2 ч.3 ст.188-1 Уголовного кодекса к 2 годам 6 месяцам лишения свободы. Автомашина конфискована как орудие преступления [6].

Субъективная сторона. Форма вины, при краже всегда характеризуется прямым умыслом. Умысел виновного выражается в том, что он: – осознает общественную опасность своих действий, направленных на тайное, противоправное безвозмездное изъятие и (или) обращение чужого имущества в свою пользу или в пользу других лиц; – предвидит возможность или неизбежность причинения в результате своих действий общественно опасных последствий в виде реального ущерба собственнику или иному владельцу имущества – желает наступления этих последствий.

Субъект. Субъектом кражи является физическое вменяемое лицо, достигшее установленного законом возраста наступления уголовной ответственности. По ч.1 статьи 188-1 подлежит вменяемое физическое лицо, достигшее ко времени совершения уголовного правонарушения шестнадцатилетнего возраста, а по части второй, третьей и четвертой статьи 188-1 лица, достигшие ко времени совершения преступления четырнадцатилетнего возраста, подлежат уголовной ответственности.

Принимая во внимание, что скотоводство является доминирующей формой хозяйства казахстанского населения, и посягательство на нее вызывает особый общественный резонанс, поправки, связанные с совершенствованием норм, охраняющих право собственности граждан, явились крайне востребованными. Внесенная в Уголовный кодекс статья 188-1, устанавливает и усиливает ответственность за скотократство, также за хищение, сопряженное с проникновением. Кража скота становится бизнесом. По данным

комитета по правовой статистике и специальным учетам генеральной прокуратуры, за первые восемь месяцев 2019 года в Казахстане было зарегистрировано 2 868 уголовных дел, связанных с кражей скота, что на 600 меньше, чем за аналогичный период прошлого года. С января по август раскрыто лишь 1 581 дело [6]. Скотокрадство совершают организованные преступные группировки: есть люди, которые выводят скот, перевозят, режут и подделывают документы. Это открывает путь для коррупции. Именно поэтому кража скота с квалифицированными признаками в разряде тяжких преступлений.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гражданский кодекс Республики Казахстан. Кодекс Республики Казахстан от 27 декабря 1994 года № 268-ХІІІ (с изменениями и дополнениями по состоянию на 11.01.2020 г.). – URL : https://online.zakon.kz/document/?doc_id=1006061. – Текст : электронный.
2. Уголовный кодекс Республики Казахстан от 3 июля 2014 года № 226-V (с изменениями и дополнениями по состоянию на 11.01.2020 г.). – URL : https://online.zakon.kz/m/document?doc_id=31575252. – Текст : электронный.
3. Завидов, Б. Д. Кража. Уголовно-правовой анализ диспозиции состава преступления, предусмотренного ст. 158 УК РФ : практ. пособие / Б. Д. Завидов. – Москва : Приор, 2002. – 32 с. – Текст : непосредственный.
4. Комков, А. В. Ответственность за кражу по российскому уголовному законодательству : 12.00.08 : дис. ... канд. юридич. наук / А. В. Комков. – Москва, 2002. – 193 с. – Текст : непосредственный.
5. Лаханулы, Н. Скотокрадство остается безнаказанным / Н. Лаханулы. – Текст : электронный. – URL : : <https://rus.azattyq.org/a/kazakhstan-regions-cattle-rustling/30190616.html>.
6. Осуждены за скотокрадство. – URL : <http://akt.sud.kz/rus/news/osuzhdeny-za-skotokradstvo>. – Текст : электронный.
7. Статья за скотокрадство может появиться в Уголовном кодексе Казахстана. – URL : https://total.kz/ru/news/zhizn/statya_za_skotokradstvo_mozhet_poyavitsya_v_ugolovnom_kodekse_kazahstana. – Текст : электронный.

THEFT OF CATTLE NOVELLA CRIMINAL CODE OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Author: Oleynik J.V., senior lecturer, master of law, Kostanay social and technical University named after academician Z. Aldamzhar.

Abstract: the article provides a criminal legal analysis of Article 188-1 in the Republic of Kazakhstan. The features of the subject of the crime are examined, as well as the method of commission. The classification of measures to prevent stockbreeding has been classified, general legal, organizational, operational-search measures have been highlighted. Consideration of significant, significant features that characterize this composition.

Keywords: criminal code, theft, theft, animal theft, criminal offense, misdemeanor, crime.

КИБЕРВОЙНА: НОВАЯ ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОСТИ

Осташевская В.О., студент

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет, ДНР, г. Донецк

Аннотация: В данной статье кибервойна рассматривается как глобальный вызов человечеству. Предпринята попытка разграничить понятие «информационная война» и «кибервойна». На примере событий в Венесуэле и арабо-израильском конфликте показывается опасность кибервойны.

Ключевые слова: кибервойна, цифровая война, кибератака, IT-сфера, безопасность государства, киберпреступность.

Обстановка в мире ставит перед человечеством множество глобальных вопросов, которые требуют незамедлительного разрешения. Количество вооружённых конфликтов с годами только возрастает, а их трансформация требует совершенно другого подхода к аналитическому осмыслению причин войн и поиску путей эффективного противостояния угрозе информационной войны.

Относительно новым видом войны считается информационная война. Всплеск интереса к теме информационных войн начался еще в 1976 году, однако наиболее широкое распространение тема информационных войн получила в 1990-х годах. Термин «информационная война» вошел в научный оборот благодаря корпорации Research ANd Development в 1990 г. В меморандуме № 30 закреплено официальное определение информационной войны, как действий, предпринимаемых для достижения информационного превосходства в поддержке национальной военной стратегии посредством воздействия на информацию и информационные системы противника при одновременном обеспечении безопасности и защиты собственной информации и информационных систем» [3].

Ключевым элементом информационной войны является информация, а средством ведения информационных войн является всемирная сеть Интернет. Более того, простые компьютеры, имеющие доступ к «всемирной паутине» стали массовыми проводниками такого оружия как информация, а специалисты, сидящие за экранами мониторов, стали новым видом войск. Киберпреступность является обобщающим термином, обозначающим противоправную деятельность, совершаемую с помощью компьютера и сети, а совершение таких действий в большом масштабе принято называть кибервойной или цифровой войной. Импульсом для серьезного исследования проблемы информационной безопасности государства послужил резонансный скандал с участием Эдварда Сноудена, который в

2013 году впервые сообщил миру, что же скрывается за понятием кибервойна. Ведущие страны мира в связи с разглашением секретной информацией направили практически все свои силы и достаточно большие суммы денег на разработку систем защиты баз данных от кибератак, началась активная подготовка специалистов в IT-сфере.

В современном мире практически все государства подвергаются информационным кибератакам в различных сферах деятельности. Цифровые войны представляют наибольшую опасность для экономики государства. К сожалению, тот прогресс, который достигнут в противостоянии угрозам кибервойны, не достаточен, для эффективного обеспечения информационной безопасности страны. С каждым годом статистика киберпреступности растёт, что вызывает множество трудностей.

Яркой иллюстрацией последствий кибервойны служит пример Венесуэлы. В 2019 году эта страна подверглась мощной кибератаке со стороны США, вследствие чего 21 из 23 штатов государства лишились энергоснабжения. Жители страны остались без света, телефонной связи и Интернета. В Каракасе остановилось метро, в больницах города Матурин из-за блэкаута скончались 15 детей [4]. Этот случай заставил весь мир содрогнуться от ужаса. Миллионы жителей государства были поставлены в бедственное положение, целая страна была повергнута в шок с помощью цифровых технологий. В мае 2019 года события арабо-израильского конфликта также получили широкий международный резонанс. Силы обороны Израиля нанесли воздушный удар по зданию, расположенному в Секторе Газа, в котором, как полагают, размещались силы киберопераций ХАМАСа. Это произошло после того, как военизированная группировка потерпела неудачу в попытке проведения «кибернаступления» [2].

Данный случай показывает, что военные действия развиваются на двух фронтах: реальном (где непосредственно действуют силовые методы ведения войны) и виртуальном, который представляет собой информационное пространство, созданное компьютерными технологиями, и основная угроза здесь – это информационные и хакерские атаки. Фактически кибератака стала новым способом поражения противника. «Но создан очень важный прецедент. Ответная атака *hard power*, жесткой военной силой на кибервмешательство, которое очень сложно авторизовать. Это несомненная эволюция принципов ведения войны потому, что ответ военной силой на виртуальное вмешательство – это очень серьезная новация. Главной проблемой теперь могут стать провокации, когда третья сила проводит кибератаку, а ответный удар наносят по тем, на кого в первую очередь подумают», – отметил директор Международного института политической экспертизы Евгений Минченко [5].

Кибервойна – это новый опасный вызов всему человечеству. Отличительной чертой кибервойны является то, что она обладает высоким

уровнем анонимности и сложности контроля за развитием боевых действий, а также масштабностью поражения территории государства. Cybersecurity Ventures прогнозировали, что к концу 2019 года вымогатели будут атаковать предприятия каждые 14 секунд, а к 2021 году – каждые 11 секунд. Это не включает нападения на частных лиц, которые происходят еще чаще, чем на предприятия [1].

Возможная утечка информации хотя и не несёт потерь среди населения, но поскольку спектр кибератак практически не ограничен, вред от такого «нападения» трудно предусмотреть. К сожалению, общество не до конца понимает опасность, которую представляют собой кибервойны. Трудно заранее предугадать все последствия кибервойны, поэтому в целях безопасности всего государства, его население должно быть ознакомлено с понятием «кибервойны» и правилами сетевой безопасности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Global Ransomware Damage Costs Predicted To Reach \$20 Billion (USD) By 2021. – Text : electronic // Cybercrime Magazine. – URL : <https://cybersecurityventures.com/> (date of the application 06.03.2020).

2. Израиль первым ответил на кибератаку применением военной силы / ИТСуа. – URL : <https://itc.ua/>. (date of the application 05.03.2020). – Text : electronic.

3. Крикунова, В. В. Мировые СМИ – инструмент политического влияния / В. В. Крикунова. Текст : непосредственный // Обозреватель-Observer. – 2012. – № 4. – С. 101–108.

4. Причина блэкаута в Венесуэле – кибератака на ГЭС «Эль-Гури» / BFM.RU. – URL : <https://www.bfm.ru/news/408878>. (date of the application 06.03.2020). – Text : electronic.

5. Эксперты сочли силовую атаку Израиля на палестинских хакеров соразмерной / 360°. – URL : <https://360tv.ru/>. (date of the application 06.03.2020). – Text : electronic.

Научный руководитель: Герасименко Ю.В., старший преподаватель, Донецкий национальный университет, г. Донецк.

CYBER WAR : A NEW PROBLEM OF MODERNITY

Author: Ostashevskaya V.O., student, ostashevskaya.slava@yandex.com

Research supervisor: Gerasimenko Y.V., scientific supervisor of SEI of HE « Donetsk National University»

Abstract: In this article, cyber war is considered as a global challenge to humanity. An attempt is made to distinguish between the concept of "information war" and "cyberwar". The example of events in Venezuela and the Arab-Israeli conflict shows the danger of cyberwarfare.

Keywords: cyber warfare, digital warfare, cyberattack, IT sphere, state security, cybercrime.

ПРАВА РЕБЕНКА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА

Рудь Ю.А., студент,

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», ДНР, г. Донецк

Аннотация: В данной научной статье рассмотрен феномен прав ребенка, определены особенности, характерные правам детей. Проанализированы международные и национальные источники права, регламентирующие вопросы предоставления защиты прав и свобод несовершеннолетних лиц. Выявлены основные права ребенка, предусмотренные Конвенцией о правах ребенка. В результате проведенного исследования установлена необходимость активной деятельности государств для улучшения жизни детей.

Ключевые слова: ребенок, права ребенка, Конвенция о правах ребенка, международно-правовые акты, защита прав детей.

Права ребенка представляют собой комплексный правовой институт, который преодолел долгий путь становления и формирования в мировой юридической практике. Длительный период в мировой истории ребенок не являлся субъектом права, а в связи со своей беспомощностью и бесправностью находился в угнетенном положении. XX век стал судьбоносным: впервые были официально признаны права ребенка и закреплены в международно-правовых актах нормы о защите прав детей. В целом, роль общемирового признания прав ребенка заключается в том, что государства обязуются содействовать установлению такой обстановки, которая будет наиболее пригодной для полноценного детства.

Как отмечают ряд ученых-правоведов, проблемы детства рассматриваются как совокупность различного рода трудностей, мешающих гармоничному развитию личности подрастающего гражданина любой страны. К проблемам детства относятся рост заболеваемости детей социально обусловленными заболеваниями, бедность семей с детьми, рост социального сиротства, рост преступности, вооруженные конфликты, безработица, нравственная деградация, наркомания, токсикомания и алкоголизм среди детей; насилие по отношению к детям, различные формы эксплуатации детей, детская беспризорность и безнадзорность. Неблагоприятные тенденции, ухудшающие положение детей, создают угрозу будущему страны [8].

Поэтому исследование представленной темы не теряет своей актуальности на любом этапе развития юридической науки. Сегодня права ре-

бенка существуют наряду с правами человека. Некоторые авторы отождествляют указанные правовые институты. Так, например, В. И. Абрамов кратко трактует понятие «права ребенка» как права человека применительно к детям. Это свидетельство того, что ребенок имеет такие же права как взрослый человек, только с учетом возраста [1, с.110].

Тем не менее, представляется уместным разграничение данных двух категорий. При этом следует сказать, что каждый индивид в своем биологическом развитии проживает стадию детства и поэтому права ребенка – первая ступень прав человека.

Особенность рассматриваемых прав заключается в том, что субъекты, которым предназначено реализовывать свои правомочия, не могут в полной мере обеспечить и защитить их соблюдение и выполнение. Этим обусловлены повышенное внимание и усиленная забота со стороны государства и мирового сообщества к защите прав ребенка. Обеспечение прав ребенка направлены на создание благоприятных условий жизнедеятельности детей, становление их в обществе как интеллектуальных, творческих личностей, предоставление различных возможностей для культурного и духовного развития.

В современном мире права ребенка широко регламентированы. В первую очередь, следует сказать об огромном количестве международно-правовых актов, которые можно классифицировать на две группы: одни направлены исключительно на регулирование защиты прав детей, другие включают в себя более широкий спектр вопросов, при этом затрагивая и аспекты благополучия детей. Прежде всего, следует отметить Конвенцию о правах ребенка 1989 года, которую именуют «Мировой Конституцией прав ребенка». Ее значение как основополагающего международного документа в данной сфере состоит в том, что впервые на международном уровне были определены дефиниция «ребенок» и базовые права, принадлежащие категории несовершеннолетних, то есть фактически закреплен объект международно-правовой защиты детей.

К основным правам ребенка, исходя из положений изучаемого международно-правового акта, относятся: право на жизнь, в том числе выживание и здоровое формирование; право на регистрацию после рождения, на гражданство и имя, возможность знать собственных родителей, получать от них заботу; право на сохранение индивидуальности, включая семейные связи; право на единство семьи и право на поддержание контактов с родителями; право на воссоединение с семьей; право ребенка покидать любую страну и возвращаться в свою страну; право свободно выражать свои взгляды и быть заслушанным в ходе любой судебной или административной процедуры [3, с.121].

Конвенция о правах ребенка 1989 года предусматривает наиболее важные принципы, отражающие равноправие всех детей, особую роль гос-

ударства в защите несовершеннолетних граждан, запрет на применение смертной казни, общественную значимость мнения ребенка в ситуациях, связанных с его интересами.

М. О. Лядова подчеркивает такие принципы как принцип недопустимости дискриминации; принцип оптимального гарантирования интересов детей; принцип уважения государств-участников к правам и обязанностям родителей членов расширенной семьи или общины, опекунов или других лиц, несущих по закону ответственность за ребенка; принцип беспрепятственного выражения детьми собственных взглядов [5, с.56].

Международно-правовые акты, регулирующие защиту прав ребенка, закрепляют базовые положения о ребенке и его правах, задают вектор развития последующего национального законодательства.

На государственном уровне главную роль в регламентации прав детей играет Конституция государства. В данных документах разных стран мира закреплены правовые нормы о положении детей. Например, в большинстве конституционных актов стран Европы (Бельгии, Финляндии, Хорватии, ФРГ, Италии и) особый статус ребенка подчеркивается путем предоставления ему права на образование. Ряд государств (например, Италия, Греция) в своих основных законах закрепили нормы, регулирующие поддержку талантливых детей [6, с.62].

Существенным достижением отдельных зарубежных конституций является закрепление норм о защите внебрачных детей и создании равноценных условий для их психического и физического развития наряду с детьми, рожденными в браке (ФРГ, Италия).

Помимо Основного закона государства существует ряд специальных законов, регулирующих вопросы опеки и попечительства, образования, семейные отношения, личные неимущественные права детей и другие. Однако создание обширной правовой базы – это одна из составляющих полноценной защиты прав детей. Не менее важной является реализация данных прав, их воплощение в жизнь, предоставление детям возможностей свободно осуществлять свои права, а в случаях их нарушения – предоставлять соответствующее возмещение и восстановление правового положения. В современных странах функцию охраны прав детей осуществляют различные государственные структуры. Основная нагрузка по защите законных прав и интересов ребенка ложится на родителей, а в органах образования, здравоохранения, социального развития, а также в правоохранительной сфере на сотрудников и специалистов [4].

Например, в России защиту прав ребенка призваны осуществлять многие субъекты государственной системы, которая может выражаться в различных формах [7, с.255]. Среди них можно выделить органы прокура-

туры, которые обладают приоритетом над другими органами и максимально широкими полномочиями в сфере надзора за соблюдением и исполнением законодательства о несовершеннолетних.

Именно прокуратура обладает уникальной возможностью охватить практически все сферы жизнедеятельности детей, начиная с защиты социальных прав и заканчивая профилактикой преступности среди последних. В рамках осуществления действий по защите прав ребенка прокурор может потребовать через суд: лишения родительских прав; ограничения родительских прав; признания недействительным соглашения об уплате алиментов; отмены усыновления ребенка. Кроме того, прокурор принимает участие в делах, касающихся вопросов: лишения, восстановления и ограничения родительских прав; отмены усыновления ребенка и в ряде других случаев [2].

Кроме стандартной работы государственных структур, следует также сказать о специальных программах, которые внедряет государство для помощи детям. Например, одной из животрепещущих проблем в обществе являются алиментные обязательства и случаи их невыполнения родителями. Так в ряде европейских стран, таких как Австрия, Швеция, США созданы государственные алиментные фонды. Основная функция этих структур состоит в выплате ребенку по заявлению родителя специального пособия на период розыска плательщика алиментов[9, с.208].

Таким образом, правотворческая работа, деятельность различных государственных органов, проводимые меры и программы осуществляются с целью создать необходимый плацдарм для развития детей – наименее защищенной категории населения. Все вышеуказанные мероприятия влияют на то, какими гражданами вырастут несовершеннолетние лица, какие правовые и моральные идеи впитает молодежь. Защита прав детей является очень важным компонентом для государственного развития, поскольку именно молодому поколению предстоит творить будущее.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абрамов, В. И. Права ребенка и их защита в России : общетеоретический анализ : дис. ... д-ра юридич. наук / В. И. Абрамов. – Саратов, 2007. – 455 с. – Текст : непосредственный.

2. Дорофеева, Ж. П. Роль и место некоторых субъектов государственной системы профилактики в осуществлении защиты прав детей / Ж. П. Дорофеев, С. Н. Кива. – Текст : непосредственный // Вестник БелЮИ МВД России. – 2018. – № 4. – С. 17-23.

3. Ибрагимов, А. М. Международная защита прав детей / А. М. Ибрагимов, З. М. Гасанова. – Текст : непосредственный // Закон и право. – 2019. – № 2. – С. 120-123.

4. Кулакова, А. А. Права ребенка и некоторые проблемы, связанные с их применением / А. А. Кулакова. – Текст : непосредственный // Социально-политические науки. 2017. № 6. – С. 88-90.

5. Лядова, М. О. Конвенция о правах ребенка : основные принципы и особенности / М. О. Лядова. – Текст : непосредственный // Достижения науки и образования. – 2018. – № 16 (38). – С. 56-60.

6. Малыхина, М. А. Некоторые вопросы конституционно-правового статуса несовершеннолетних в зарубежных странах / М. А. Малыхина. – Текст : непосредственный // Ленинградский юридический журнал. – 2013. – № 2 (32). – С. 57-65.

7. Научные концепции развития российского законодательства : монография / С. Е. Нарышкин, Т. Я. Хабриева, А. И. Абрамов [и др.]. – Москва : Юриспруденция, 2015. – 544 с. – Текст : непосредственный.

8. Осипова, Т. В. Актуальность проблемы прав ребенка и его защиты / Т. В. Осипова, Ж. Г. Почивалова, О. В. Коляда. – Текст : непосредственный // Вестник ЮУрГУ. Серия: Образование. Педагогические науки. – 2018. – № 4. – С. 6-14.

9. Яценко, М. В. Современный подход регулирования права несовершеннолетних на алименты. Национальный и зарубежный опыт / М. В. Яценко. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 1. – С. 206-209.

Научный руководитель: Одегова Л.Ю., канд. юридич. наук, доцент, ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

RIGHTS OF THE CHILD AT THE PRESENT STAGE OF HUMAN DEVELOPMENT

Author: Rud Y.A., student, E-mail: yulia120798@yandex.ru.

Research supervisor: L.Y. Odegova, Ph.D., Associate Professor, Donetsk National University.

Abstract: In this scientific article the phenomenon of the rights of the child is considered, the special features of the rights of children are defined. International and national sources of law governing the issues of protection of the rights of minors are analyzed. The basic rights of the child under the Convention on the Rights of the Child have been identified. The study identified the need for active action by States to improve the lives of children.

Keywords: child, child rights, Convention on the Rights of the Child, international legal acts, protection of children's rights.

ВОССТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ НЕФТЯНОЙ И ГАЗОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР ПОСЛЕ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ (1946-1960 гг.)

Худайбердиев А.Т., студент.

*Филиал ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»
в г. Нижневартовск*

Аннотация: В данной работе исследованы периоды восстановления и развития нефтегазовой промышленности в послевоенные годы. Работа рассматривает период 1945-1960 гг.

Ключевые слова: нефть, пятилетка, промышленность, восстановление, развитие.

Актуальность. Известно, что с конца XIX века активное освоение и развитие и даже зарождение многих видов техники и технологии в промышленности, сельском хозяйстве и в быту были в большей степени основаны на использовании нефти и нефтепродуктов, ведь нефть и газ – основа топливно-энергетического комплекса любого промышленного государства.

В свете возрастающего интереса к проблемам отечественной нефтегазовой промышленности актуальным представляется анализ и изучение восстановления и развития нефтегазовой отрасли страны. Согласно общепринятому определению, под НГК понимают промышленный комплекс, обеспечивающий разведку, добычу, транспортировку и переработку углеводородов – нефти и газа [2].

Уже к 1946 году это была отрасль с многолетней историей и богатыми традициями. После окончания Великой Отечественной войны ситуация в корне изменилась. Как говорил исследователь Д. Ергин, человечество с 1945 года живет в новой цивилизации – эпохе углеводородов, в которой безраздельно властвует «ее величество нефть». Именно во второй половине XX столетия нефть приобрела то значение, которое определяет ее огромную роль и сегодня.

Исходя из вышеизложенного, выбранная тема является актуальной, потому что именно успешное становление и развитие нефтегазовой промышленности в послевоенные годы обеспечило стабильное развитие и сегодня. Считаю важным проследить, как восстанавливалась экономика во время депрессивного послевоенного состояния, как постепенно достигла высочайших уровней добычи.

Степень изученности. Ранее данная тема затрагивалась доктором исторических наук М. В. Славкиной, а также другими отечественными и зарубежными исследователями. В их работах затрагиваются отдельные ас-

пекты той значимой роли, которую играл отечественный нефтегазовый комплекс в жизни нашей страны в послевоенный период. Однако к настоящему времени историческая наука не располагает целостным комплексным исследованием данной проблемы.

Объектом исследования является социально-экономическое развитие СССР в 1945-1960 годы.

Предмет исследования – восстановление НГК (нефтегазовый комплекс) в послевоенные годы.

Цель исследования – изучение и анализ развития нефтегазовой промышленности в послевоенные годы.

Задачи исследования:

1) Рассмотреть процесс восстановления нефтедобычи с 1946 до 1950 года.

2) Анализ развития нефтегазового комплекса с 1951 по 1955 год.

3) Описать развитие НГК с 1956 по 1960 года.

Четвертым (1946-1950 гг.) пятилетним планом были поставлены большие задачи. Он должен был обеспечить прирост объема добычи нефти в 16 млн. т. по сравнению с предыдущим планом. В 1946 г. И. В. Сталин определил основные задачи по восстановлению базовых сфер экономики в послевоенный период. Так промышленность должна была обеспечить ежегодно около 60 млн. т. нефти, 500 млн. т. угля и т.д.

В послевоенные годы начала расширяться география нефтегазовой отрасли страны. Нефть уже добывалась не только на Кавказе и Казахстане, но и в районах Дальнего Востока, Приуралья, Поволжья и Средней Азии. Уже к 1950 году добыча нефти составила 37,9 млн. т., что было сверх установленного плана. Как и предполагалось, Урало-Поволжский район показал высокие результаты добычи нефти. Она увеличилась в 4 раза, что составляло уже треть общей добычи страны. Также в четвертую пятилетку произошел переход на турбинный метод бурения, ускорив скорость бурения почти в 2 раза (бригада Р. Х. Аллаярова на Туймазинском месторождении, Башкирская АССР). Нефтегазовая промышленность показала выдающиеся результаты в четвертой пятилетке, что способствовало восстановлению отрасли после войны.

Далее была пятая пятилетка, в которой предполагалось бурное развитие производства продукции машиностроения почти вдвое, а производство нефтегазового оборудования в свою очередь должно было возрасти почти в 4 раза, измерительных приборов и автоматики почти в 3 раза. Исходя из этого, можно было понять важность нефтяной отрасли для руководства страны. XIX съезд Коммунистической партии СССР 1952 г. определил рост добычи нефти за пятую пятилетку на 85%. В 1955 году объем промышленного производства СССР уже в 3,5 раза превысил уровень 1939 года [3]. Большие успехи в пятой пятилетке были достигнуты в разведке и подготовке новых нефтяных месторождений, что позволило создать проч-

ную основу для обеспечения высоких темпов роста добычи нефти в последующие годы.

Так в шестой пятилетке произошел коренной перелом в развитии нефтегазовой промышленности, который был закреплен директивами XX съезда КПСС. На нем было закреплено преимущественное и более интенсивное развитие нефтегазовой отрасли. В этот период развивалась буровая техника. На производство были поставлены электрические и дизельные буровые установки грузоподъемностью от 70 до 230 тонн, а также турбобуры, электробуры. К концу этой пятилетки уже 80% объема буровых работ были осуществлены винтовыми забойными двигателями. Были пробурены около 100 скважин глубиной до 4 км, и готовились к бурению на глубину 10-15 км. Уже за три года шестой пятилетки добыча нефти возросла на 60% и составила около 115 млн. тонн.

Несмотря на активное освоение новых месторождений в середине 60-х годов прошлого столетия у Советского руководства появилось мнение о нерациональном использовании газовых запасов страны. Реакцией было приостановление работ по строительству газовых магистралей и по поискам и разведке новых месторождений газа. Однако благодаря председателю Совета народного хозяйства Д. Ф. Устинову, переубедившему Н. С. Хрущева, используя идею перегнать США в нефтегазовой отрасли, удалось добиться возобновления приостановленных работ. Это решение стало историческим, поскольку наша страна окончательно получила свою отраслевую направленность, сохраняющуюся и сегодня.

В заключение работы можно сказать, что рассматриваемый период характеризуется бурным развитием газовой промышленности, обусловленным высокой экономической эффективностью добычи и использования природного и нефтяного газов в народном хозяйстве. Только за счет преимущественного развития этой отрасли промышленности экономия за 1956-1960 гг. составила 8 млрд. руб., что в 2 раза превысило все капитальные вложения в газовую промышленность, включая поиски и разведку новых месторождений, их разработку и сооружение газопроводов. Высокие результаты во многом определяются спецификой этой отрасли, выражающейся прежде всего в том, что на, поиски, разведку и ввод в разработку газовых месторождений требуются значительно меньшие затраты средств и времени, чем в добыче нефти.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Саудаханов, М. В. История развития и становления нефтегазового комплекса в Российском государстве / М. В. Саудаханов. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета МВД России. – 2009. – № 6. – С. 177-178.

2. Славкина, М. В. Влияние нефтегазового комплекса на социально-экономическое развитие СССР в 1945-1991 гг. : автореф. дис. ... канд. ист. наук / М. В. Славкина. – Москва, 2006. – 24 с. – Текст : непосредственный

3. Уланов, В. XX съезд КПСС о решении основной экономической задачи СССР / В. Уланов. – Текст : непосредственный // Ставрополье : лит.-худож. альманах. – 1956. – Т. 14. – С. 129-141.

Научный руководитель: Погребная И.А., канд. пед. наук, доцент.

**RESTORATION AND DEVELOPMENT OF THE OIL AND GAS
INDUSTRY OF THE USSR AFTER THE GREAT PATRIOTIC WAR
(1946-1960)**

Author: Khudaiberdiev A.T., student, aziz.5199@mail.ru.

Research supervisor: Pogrebnaya. I.A. candidate of pedagogical sciences of Industrial University of Tyumen.

Abstract: This paper examines the periods of recovery and development of the oil and gas industry in the post-war years. The work examines the period 1945-1960.

Keywords: oil, five-year plan, industry, recovery, development.

Научное издание

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В НАУКЕ И ТЕХНИКЕ XXI ВЕКА

Материалы

*XVIII Международной научно-практической конференции
студентов, аспирантов, ученых, педагогических работников
и специалистов-практиков
(Нижневартовск, 2020 г.)*

Том 1

В авторской редакции

Подписано в печать 16.12.2020. Формат 60x90 1/16. Печ. л. 22,0.
Тираж 500 экз. Заказ № 1935.

Библиотечно-издательский комплекс
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Тюменский индустриальный университет».
625000, Тюмень, ул. Володарского, 38.

Типография библиотечно-издательского комплекса.
625039, Тюмень, ул. Киевская, 52.