

**MATERIALS
OF THE XVI INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND
PRACTICAL CONFERENCE**

**MODERN SCIENTIFIC POTENTIAL -
2020**

February 28 - March 7, 2020

Volume 5

History

Law

Economic science

Public administration

SHEFFIELD
SCIENCE AND EDUCATION LTD
2020

SCIENCE AND EDUCATION LTD

Registered in ENGLAND & WALES Registered Number: 08878342
OFFICE 1, VELOCITY TOWER, 10 ST. MARY'S GATE,
SHEFFIELD, S YORKSHIRE, ENGLAND, S1 4LR

Materials of the XVI International scientific and practical Conference
Modern scientific potential - 2020 , February 28 - March 7, 2020History.
Law. Economic science. Public administration. : Sheffield. Science and
education LTD -88 p.

Date signed for printing ,

For students, research workers.

Price 3 euro

ISBN 978-966-8736-05-6

© Authors , 2020

© SCIENCE AND EDUCATION LTD, 2020

ECONOMIC SCIENCE

The economy of the enterprise

э.ғ.к., А.Е. Муханова

*Қорқыт ата атындағы Қызылорда мемлекеттік университет, Қазақстан.
Қызылорда*

ТӘУЕКЕЛ МЕНЕДЖМЕНТТІ БАҒАЛАУ МАҢЫЗДЫЛЫҒЫ

Тәуекел деп кәсіпорынның өз ресурстарының бөлігін жоғалту ықтималдығын (қаупін), кірісті толықтай алмауды немесе белгіленген өндірістік және қаржы қызметін жүзеге асыру нәтижесінде қосымша шығындардың пайда болуы түсініледі» деп атап өтеді.

Отандық және шетел әдебиетінде көптеген авторлар тәуекел ұғымына өз анықтамасын береді, олардың көпшілігі бір-бірімен сәйкес келеді. Мәселен, мысалы, Бернар және Колли есімді авторлар Экономикалық және қаржы түсіндірме сөздігінде: «Тәуекел – белгісіздік элементі, ол сол немесе басқа шаруашылық жүргізуші субъектінің қызметінде немесе сол немесе басқа шаруашылық операция жүргізуде көрінуі мүмкін», – деп жазады[1].

Осы проблемаларға байланысты әрбір кәсіпорында тәуекелдерді басқарумен тікелей айналысатын функционалдық құрылым қалыптастыру қажеттілігі туындады. Аталмыш құрылым қазіргі заманғы талаптарға сәйкес тәуекел-менеджменті деп аталады.

Тәуекел-менеджменттің тиімді құрылымдары, оның ұғымдық және құжаттық аппараты қалыптасқан, нарықтағы сол немесе басқа оқиғаларға ден қоюдың айтарлықтай тәжірибесі жинақталған, осыған қарамастан банкрот болуына тосқауыл бола алмайды және оларды сауықтыру жөнінде мемлекеттік және басқа да іс-шаралар жүргізіледі[2].

Сондықтан тәуекел-менеджментінің құрылымын жоғарылату мен дамыту –кәсіпорын үшін ішкі бақылауының өте қажетті элементі болып табылады. Ол халықаралық талаптарға жауап беретін мықты әрі сенімнің қалыптасуына ықпал етуге тиіс.

Тәуекел-менеджменттің басты мақсаты пайда мен тәуекелдің оңтайлы арақатынасы кезінде мол табыс табу болып табылады.

Тәуекел-менеджмент осы басқару процесінде туындайтын экономикалық, дәлірек айтқанда қаржылық қатынастарды басқару жүйесін білдіреді.

Тәуекел менеджментінің негізгі ережелері:

- меншікті капиталы тәуекелге көп мүмкіндік бере алады;
- тәуекелдің салдары туралы ойлау керек;
- Шағын іс үшін үлкен тәуекелге баруға болмайды;
- Оң шешім күмән болмаған жағдайда ғана қабылданады;
- Күмән болған жағдайда теріс шешімдер қабылданады, демек жоба қабылданбайды;
- Бір ғана шешім бар деп ойлауға болмайды.

Кәсіпорынның қаржылық жағдайын тұрақтылық деңгейі бойынша келесі төрт түрге бөледі:

- қаржылық жағдайы абсолютті тұрақты;
- қаржылық жағдайы қалыпты деңгейде;
- тұрақсыз қаржылық жағдай;
- кризистік қаржылық жағдай[3].

Кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын көрсететін келесі көрсеткіш – қаржыландыру коэффициенті. Меншікті капиталдың тартылған капиталға қатынасы арқылы анықталады. Олардың арақатынасы 2/1 болуы керек. Бұл коэффициенттің деңгейі қаншалықты жоғары болса, соншалықты банктер мен инвесторлар үшін қаржыландыру сенімді. Кәсіпорынның тәуекел жағдайына зерттеу барысында оның банкроттық жағдайына талдау жасалған.

Кәсіпорынның банкроттық жағдайын болжауда Альтман моделі бойынша талдау жасалған. Эдвард Альтман американдық ғалым – кәсіпорынның қаржылық жағдайын бағалауда коэффициенттер көмегімен интегральды модельді қолданады. Интегральді модель дегеніміз не? Интегральді модель бұл - коэффициенттер жиынтығы, кәсіпорынның қаржылық жағдайын бағалаушы көрсеткіштер.

Тәуекелді бағалаудың эксперттік әдісі бойынша бірнеше ситуациялық жағдайларды мысалға ала отырып, есептеулер жүргізілді. Соның негізінде тәуекелді талдау төмендегі жағдаймен белгіленетін болса кестеде көрсетілген.

Кесте1 - Тәуекелдің маңыздылығына байланысты бағалау

Эксперттік бағалау	Реттік саны									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ықтималдылығы	0,3	0,5	0,5	0,7	0,5	0,4	0,4	0,2	0,2	0,3
Қауіп қатер	30	60	60	40	70	20	80	70	80	70
Маңыздылығы	9	30	30	28	35	8	32	14	16	21
*Ескертпе - Автордың есептеулері										

Кесте 2 – Тәуекелдің маңыздылығына байланысты бағалау қорытындысы

Реттік номері	Тәуекелдің аталуы	Маңыздылығы
1	Қондырлығыларды сақтау жағдайының сәйкес келмеуі	35
2	Жобаның дайын еместігі	32
3	Қондырғылардың жетіспеушілігі	30
4	Жабдықтаушылардың қателіктері	30
5	Қаржылардырудың жетіспеушілігі	28
6	Білікті мамандардың жетіспеушілігі	21
7	Ұйымдастырушылық жұмыстардың нашарлығы	16
8	Құрылыс монтаж жұмыстарының сәйкессіздігі	14
9	Жобадағы қателіктер немесе ақпараттардың анықсыздығы	9
10	Мәліметтердің дайын еместігі	6
*Ескертпе- автордың құрастырулары		

Тәуекелдің маңыздылығын бағалау ықтималдылық деңгейі мен қауіп қатерге байланысты есепке алынады. Ол мына формулаға негізделеді.

$$R = P_k * A_k$$

Мұндағы P_k – Ықтималдылық бойынша тәуекелді бағалау

A_k – Қауір қатер бойынша тәуекелді бағалау.

Кесте мәліметтеріне сүйене отырып, эксперттік бағалауда олардың реттік номеріне сай келесі қорытынды жасаймыз.

Тәуекел-менеджменттің ойдағыдай процесіне тән сипаттамалар анықталды, олар: ашықтық, өлшем дәлдігі, уақытылы сапалы ақпарат, әртараптандыру, дербестік, егжей-тегжей стратегия. Соңғы жылдары салада тәуекелдерді басқарудың арнайы механизмдері әзірленген болатын. Жүргізілген талдау тәуекелдерді басқаруды келесі жүйеге біріктіру тәсілдемесін жасауға және әрбір элемент шектерінде топтардан тәуекел-менеджмент құралдарын жеке бөліп алуға мүмкіндік береді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. А.В. Мельников. Риск-менеджмент: стохастический анализ рисков в экономике финансов и страхования. Алматы: Анкил, 2003. – С. 159.
2. Антикризисный менеджмент / Под ред. А. Грязновой. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 368 с.
3. И.М. Балабанов Финансовый менеджмент: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 1994.
4. Р.А. Фатхутдинов. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел – Синтез», 2007. – 304 с.
5. Ковалев А.И., Привалов В.П. Анализ финансового состояния предприятия. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2011 г.

Postgraduate Maksymiuk Yuliia

Kyiv National University of Construction and Architecture

FORMATION OF MARKETING MANAGEMENT SYSTEM IN CONSTRUCTION CONTRACTORS

To counteract the contraction of markets and increasing competition, contractors have to resort to new ways of stimulating demand for their work, including updating their supply using technological innovations, as well as taking more fully into account the needs and expectations of customers. Thus, today, construction contractors must offer to each category of customers, as much as possible, the construction work adapted to their needs. However, it should be borne in mind that at the present time the customer not only needs work on its own (for example: installation of pipelines, metal structures, apartment buildings, etc.), but also services at the pre-investment stage, during construction and in the process operation of the finished construction object.

The content of the works and services package of each construction contractor will be different from the standard, and will include their specific types of construction work, ancillary services and services. Types of works and services will primarily depend on the profile of the construction organization, the availability of licenses for construction and other types of work, the ability of the company to perform additional functions.[1]

The number of works provided to a contractor may vary, and, most often, in domestic practice, design work is carried out by design and construction organizations, namely: the design of the building part of the object; selection of sub-designers and concluding with them contracts for designing by special types of works; "Binding" of typical projects; preparation of the construction site; obtaining all permits for construction and approval of technical conditions for connection to the engineering networks, etc. It should be noted that under construction works is understood a whole complex of works, which includes the following types of specific works: earthmoving works, installation of reinforced concrete structures, installation of metal structures, masonry of bricks and other types of building materials, internal electrical works, etc.

The number of works provided by construction contractors varies. First, it depends on the availability of licenses for the execution of certain types of construction works and, secondly, on the capabilities of the contracting construction organization. Therefore, the content of the first element of the package of works and services may differ significantly for construction organizations.[2]

The operation of the construction firm to provide the service is based on the service concept of marketing.

The main characteristics of the service concept of marketing are described by domestic and foreign marketers, but the theoretical and methodological justification of its application in construction is not enough.

The specificity of the service concept of marketing is the concentration on the provision of services for the maintenance of the process of exploitation of the product throughout its lifetime. The construction organization should focus its activities on the operation of structures, systems and equipment, repair and modernization as physical and moral wear and tear.

Service production emphasizes the unity of the process of production and subsequent operation of the product, covering the entire period of its life cycle, until the exhaustion of reserves of physical and moral deterioration. Service production acts as an additional element that, under certain conditions, can dominate the production-consumption chain. Non-manufacturing service is a special type of product and is formed within a certain cycle, which can be considered as production. Future maintenance should be declared at the initial stage of construction and the customer is informed of the procedure for servicing and payment at the beginning of the construction works.

The services that can be provided by the contracting construction organization will depend, first of all, on the specialization of the construction organization itself and on the type of construction object being commissioned.

The algorithm of creation of the package of works and services and introduction of the system of servicing of building objects in the contracting construction organizations and the mechanism of its realization, which includes the implementation of a number of actions, have been developed. Such a mechanism implies a certain sequence of processes that determine the creation of a package and the introduction of a service system. [1, 2]

Under the construction site maintenance system, we take the organization's management subsystem, which brings the processes of creating and delivering service services in line with the target plans or programs of actions of the contracting construction organization in relation to the construction market and to the customer. Regulation is based on the analysis of the reactions of the internal and external environment of the contracting construction organization.

When developing a mechanism for creating a package of works and services and implementing a system of maintenance of construction sites in contracting construction organizations, it is necessary to take into account the influence of a number of factors: existing demand for the proposed services and their specificity; type of construction object (pipeline, technological equipment, building) and technological features of operation; the geographical location of the object; requirements of local and regional overhaul markets; the current level of prices for the rendering of services for major repairs of construction objects, as well as the forecast of their changes.

References

1. Novel marketing / [Savelyev EV, Bratko OS, Matviyev MY, etc.]. - Ternopil: Econom. opinion, 2005. - 295 p.
2. Osnach OF Industrial marketing: a textbook / AF Osnach, VP Pylypchyk, LP Kovalenko. - K.: Center for Teaching - 364 p
3. Leonidou L. An Analysis of the Barriers Hindering Small Business Export Development L. Leonidou // Journal of Small Business Management. – 2004. – Vol. 42, № 3. – P. 279-302.
4. O'Donnelli A., Gilmore A., Carson D., Cummins D. Competitive Advantage in Small to Medium – Sized Enterprises O'Donnelli A., Gilmore A., Carson D., Cummins D. / Journal of Strategik Marketing, 2002. – № 10. – P.

Scientific applicant Khomenko O.M., PhD (Ec.) Ryzhakov D.A.
Kyiv National University of Construction and Architecture, Ukraine

INNOVATIVE BASES FOR REENGINEERING THE PROCESS OF REAL INVESTMENT MANAGEMENT OF CONSTRUCTION DEVELOPMENT ENTERPRISES

Reengineering and its fastest efficient implementation require the creation of a separate budget (minimum required), without which the beginning and the implementation of the whole set of works is impossible. As practice demonstrates, it is important for the intended program to be clearly defined and assigned to each participant's roles, responsibilities and responsibilities to ensure that the programme's goals are met. In the course of the re-engineering work, the results achieved during the work should be clearly identified.

Undoubtedly, the implementation of re-engineering works requires the appropriate methodological and instrumental support, which is usually provided by consulting companies. During the rollout of the reengineering program, the measures that improve the business and those that make up the reengineering process and fundamentally change the business should be clearly distinguished. Unlike the traditional process of improvement, the "clean slate" is taken as the starting point, ie designing a new process. If the improvements are from the bottom up, then the reengineering is from the top down. Reengineering covers all areas of activity of the enterprise, and not only "bottlenecks" of individual improving measures.

Factors that contribute to successful reengineering should include, first of all, management's readiness for change, understanding and belief in the end result, and a reasonable assessment of the risks involved in implementing the program. In the case of management readiness, it is appropriate to empower the program staff to clearly define the role and responsibilities of each. In order to maintain the pace of the program, it is important to provide the necessary budget for the implementation of the priority objectives and monitoring the results of the re-engineering program implementation. Finally, this program should be supported by appropriate technology, methodological support, worked out in the course of implementation of similar

programs at other enterprises (usually this methodological support is developed by consulting companies).

Therefore, rethinking business processes involves:

- Change of work units: from functional departments to process teams.
- Change in the nature of work: from task-oriented to multidimensional.
- Changing people's role: from supervised workers to empowered ones.
- Changes in methods of preparation for work: from vocational training to general (analytical).
- The shift in emphasis in performance evaluation and compensation criteria: from activity to performance.
- Change in promotion criteria: from results to abilities.
- Changing values: from protective to productive.
- Change of organizational structure: from hierarchical to flat.
- Change leaders: from scorers to leaders.

Having analyzed the global practical experience of business process reengineering, we can state the fact that there is no standard list of processes, but there are recommended categories of business processes [1-4] listed below and on the basis of which organizations themselves develop their business processes (BP).

There are the following categories of business processes:

1. Processes that directly ensure the execution of work.
2. Planning and management processes.
3. Resource supply processes.
4. The processes of distribution of finances.

The first category of PD includes the following processes:

- 1.1. Development of a new product (services).
- 1.2. Production of products (services).
- 1.3. Equipment repair and more.

The second category of PD includes the following processes:

- 2.1. Receiving and processing orders.
- 2.2. Sale of finished goods (works, services).
- 2.3. Costing of products (works, services).

The third category of PD includes the following processes:

3.1. Recruitment, training and placement of staff.

3.2. Supply with production stocks.

3.3. Provision of investments.

The fourth category of PD includes processes:

4.1. Accrual of basic and additional salary.

4.2. Compulsory payments.

4.3. Determination of financial results.

Today, economic science offers a wide range of systems, subsystems, and mechanisms to address various management tasks within the enterprise, including cost, capital, profit, innovation, and more. Each of these systems (subsystems and mechanisms) operate on the basis of business processes, which should function not autonomously, but in complex.

The next structural element of a business process is its technological component, that is, the process itself, specifically its functional flows and the entities through which they flow. Each business process consists of functional flows that are material and informative. For contractors, these flows are of equal importance.

References:

1. Pokolenko, Vadim, Malykhina, Oksana, Chuprina, Yuriy, Gorbach, Maxim.& Voloshyna, Tatyana, (2017). Innovative technology of estimation of quality of management of building contracting enterprises. *Management of Development of Complex Systems*, 32, 146 – 152.
2. G. Ryzhakova, “The innovative technology for modeling management business process of the enterprise”, in *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, Volume-8 Issue-4, November 2019, pp. 4024-4033. [Online]. Available: <https://www.ijrte.org/wp-content/uploads/papers/v8i4/D8356118419.pdf>
3. Ryzhakov, Dmytro. (2017). Application of BSC-technologies for formalized mapping of features of subcontractor operations in reengineering projects. *Management of Development of Complex Systems*, 32, 153–158.

Dumik N.A.

National centre of science Institute of agrarian economy, Ukraine

MANAGEMENT DEVELOPMENT BY HUMAN RESOURCES IN THE INNOVATIVE ORGANISATIONS

The ultimate goal of disclosing of features of management of human resources in the innovative organisations consists in achievement of the highest economic benefit of activity of human resources of the organisation. Very important role in the innovative organisation is played by personnel selection. Not each interested person, how many it would not be talented, can approach under profile of the employee already formed in the organisation.

Considering all features of the innovative organisations, at selection of candidates it is necessary to do the big emphasis on personal characteristics of the candidate. Command activity partly consists of discussions, discussions, and only then performance of the work. If in a command will not come to a common opinion, employees cannot perform the work, hence, work will not bring any economic benefit and creative results.

It is necessary to give especial attention to working out of measures on adaptation of new workers in the organisation: celebrating significant for employees and the organisation of events, creation of an internal site of the organisation where workers can communicate in electronic space in not working hours.

At stages of shift workers had an opportunity to take new skills, thereby expanding the experience. All shift has changed duties that has given to employees confidence of the possibilities, and a consequence, to achieve a recognition from colleagues and heads. It is difficult enough to estimate influence of satisfaction of workers on financial results of the organisation in material changes, but communication with success of the organisations has been revealed.

Unlike the traditional organisations where employees can pick up any way in collectives, in the innovative organisation the key place should occupy arrangement of employees in it agrees with the ordered roles. In exchange to collectives where think identical methods, mutually supplementing teams where all employees represent

different types are made, instead of are duplicates each other. The type of one employee should supplement types of the others, counterbalancing, thus, natural subjectivity of their images. If the command consists of equally conceiving employees, it can be the extremely vulnerable. But, on the other hand, it will be not less vulnerable, and in a case when their sights are categorically incompatible. The command will be on - to the present viable if its participants represent different types, but together with it they operate collectively.

At realisation of uniform innovative strategy the administrative innovations embodied in a new method or a principle of management are very important. Besides, it is necessary to take into consideration and volumes of costs of the company. Here the innovation is understood as improvement of administrative process which does not slow down primary activity of the companies by essential economic expenses. At all it innovations in management of human resources allow to improve process of manufacture and to improve a total product (or service). The innovation in management of human resources represents the certain activity which result is shown in the form of the new or modernised control system, applied in actual activity of the certain company. Along with it the innovative policy of management of human resources is focused on economic and organizational changes in scales of strategy of innovative development of the company.

Innovative managerial process by human resources as the sum of the administrative actions aimed at development of human resources which are necessary for carrying out of process of realisation of the general innovative strategy of the company.

Unlike traditional activity, innovative activity happens very versatile. In traditional activity personal abilities are minor and not so are important, while, creative activity of each worker can become means of production. For achievement of competitive advantages in the world market a sight, the state should take following measures.

For reception of the maximum economic gain, it is necessary for organisations-employers to refuse all bureaucratic structures, and instead to emphasise on formation of a favorable climate which will support creativity and the initiative. It is necessary to realise that today the main criterion is not possession of knowledge, and ability and ability to create them. For this purpose it is necessary to include concrete investments

into the organisation of constant organizational training of workers in the organisation budget.

For a covering of shortage of the qualified experts in work with creative people of different trades, it is necessary to organise such formations on the basis of the high schools, in particular a new speciality on management of creative resources. The given speciality should be directed on ability development to think non-standard and to generate knowledge.

For reception of the maximum economic gain, - to employers it is necessary for organisations to refuse all bureaucratic structures, and instead to emphasise on formation of a favorable climate which will support creativity and the initiative. Today the main criterion is not possession of knowledge, and ability and ability to create them. For this purpose it is necessary to include concrete investments into the organisation of constant organizational training of workers in the organisation budget.

There is a shortage of the qualified experts in work with creative people of different trades. Formation such can be organised on the basis of the high schools, in particular a new speciality on management of creative resources. The given speciality should be directed on ability development to think non-standard and to generate knowledge.

Thus, it is established that efficient control conditions human resources in the innovative organisations are: as much as possible productive application of knowledge and experience of workers of the organisation which will promote realisation of their all potential; support of aspirations of employees to innovation and abilities of the decision of problems. The primary goal of a control system of human resources will be formation of certain system of the organisation of creative process which will provide an effective utilisation of human potential of employees of the organisation.

Д.е.н. Транченко Л.В.

Уманського національного університету садівництва

К.е.н. Транченко О.М.

Уманського національного університету садівництва

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ВАЛЮТНИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

У сучасних умовах ринкового господарювання управління ризиками є основою стійкого зростання конкурентоздатності та фінансово-економічного розвитку будь-якого підприємства. Розглядаючи зовнішньоекономічну діяльність підприємства індустрії туризму, серед фінансових ризиків на перший план виходять валютні. Це обумовлено значним їх впливом на ефективність усіх напрямів діяльності, а економічний валютний ризик впливає на конкурентоздатність туристичного підприємства навіть у випадку його роботи тільки на внутрішньонаціональному ринку. У зв'язку з цим розгляд методичних підходів до визначення рівня валютних ризиків на підприємстві індустрії туризму є актуальним завданням.

Процес організаційного супроводу починається з визначення ставлення підприємства до ризику, чи, як його часто називають, «схильності до ризику». На практиці у це поняття вкладається не тільки описовий, якісний, але й кількісний зміст, і тому воно може трактуватися по-різному, зокрема як: пряме формулювання у місії фірми, що якісно виражає ставлення до ризику; просте перерахування бажаних та/чи небажаних сфер діяльності в розумінні даної організації; цільовий кредитний рейтинг, що прямо відображає очікувану імовірність банкрутства компанії; величина (частка) капіталу, яку фірма може втратити без катастрофічних наслідків протягом наступного звітного періоду.

З цього випливає, що формування ефективної системи управління валютними ризиками є складним завданням, яке вимагає комплексного підходу до його розв'язання.

Усі методи можна систематизувати за цілями, які вони переслідують.

1. Вибір оптимального інструменту із сукупності альтернативних: форвард; ф'ючерс; опціон; валютні контокоренти; своп та ін.

2. Вибір оптимальних параметрів фінансових інструментів, які дають можливість ефективно попередити валютні ризики, а також супутні ризики: терміновість; ціна; гнучкість та ін.

3. Вибір оптимальних нефінансових стратегій управління операційним ризиком, а також можливості їх сполучення: переміщення ризику; поділення валютного ризику; прискорення та/ чи уповільнення розрахунків за валютними контрактами; балансування грошових надходжень та відтоків в іноземних (дочірніх) підрозділах фірми; перерозрахункові центри.

Використання того чи іншого параметра управління та хеджування валютних ризиків залежить від безлічі чинників, серед яких можна виділити стратегію розвитку туристичного підприємства, уміння ризик-менеджменту прийняти своєчасне оптимальне рішення, засноване насамперед на кількісній оцінці.

Потребу в обґрунтованій кількісній оцінці диктує й нова парадигма ризик-менеджменту, яка і є основною умовою побудови оптимальної системи управління валютним ризиком. У зв'язку з цим основним завданням, яке стоїть перед туристичним підприємством, є формування визначеного методичного апарата, який дозволяє оцінити ймовірні зміни курсу валют, спрогнозувати вплив як на підсистеми ресурсів, збуту та результатів діяльності підприємства, так і на все підприємство загалом як складну динамічну систему, що функціонує в сфері туризму.

Валютний ризик стосовно туристичних підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, можна визначити як грошове вираження ймовірності виникнення збитків чи недоодержання прибутку в результаті недооцінених чи невірно оцінених суб'єктами управління безпосереднього впливу змін обмінного курсу на конкурентоздатність туристичних послуг рентабельність самого туристичного підприємства. При цьому рівень та вид валютного ризику для підприємств індустрії туризму залежить від географії здійснюваного туropolейтингу. Якщо для в'їзного та виїзного туризму характерний більший ступінь як операційного валютного ризику, так і економічного валютного ризику, то внутрішньому туризму притаманний лише економічний валютний ризик.

Як відомо, складність і неоднорідність впливу валютних ризиків на фірми, які функціонують в індустрії туризму, обумовили класифікацію валютного ризику на операційний, бухгалтерський та економічний. З одного боку, кожний з названих видів ризиків вимагає своєї специфічної кількісної оцінки, з іншого боку, природа виникнення в них одна і пов'язана вона зі змінами курсу валют.

Отже, кількісну оцінку впливу змін валютних курсів на туристичному підприємстві можна умовно розділити мінімум на три етапи, які досить тісно інтегровані один з одним:

1. Кількісна оцінка валютних ризиків в активах та пасивах, номінованих у іноземній валюті.

2. Кількісна оцінка операційного, бухгалтерського й економічного валютних ризиків.

3. Кількісна оцінка впливу змін валютних курсів на кожну підсистему підприємства та на підприємство як цілісну систему.

Отже, характеристика сучасних методичних підходів управління валютними ризиками дає можливість: досліджувати складний та суперечливий механізм впливу валютного ризику на діяльність підприємства індустрії туризму; дати кількісну оцінку впливу валютних ризиків не лише на активи та пасиви туристичного підприємства, але й оцінити операційний, бухгалтерський та економічний валютний ризик; прагнути до нових методів управління ризиками взагалі та валютними ризиками зокрема з максимальним урахуванням специфіки індустрії туризму як галузі та туристичного підприємства, інтегрованого в світове господарство, що динамічно розвивається.

Government regulation of the economy

PhD in Economics, Associate Professor Rubanov P.M.

Sumy State University, Ukraine

FINTECH INNOVATIONS IN PUBLIC INVESTMENT POLICY

The objective of the state investment policy is to create a favorable investment climate for attracting domestic and foreign investments, ensuring the protection of investors' rights, clearly defining the conditions for taxation of investment income and withdrawal of capital, etc. Investment activity is the basis of economic development, GDP growth and income of all market participants.

FinTech innovations in government investment policy can be viewed from at least two perspectives. First, as a direction of investment of funds and one of types of business activity. Second, as an instrument of investment policy for the development of other sectors and industries.

Describing the first perspective, it should be noted that investments in FinTech startups are usually funded by venture capital, because like any innovation, they are quite risky, although if successful, they can generate significant returns. From the point of view of government, the development of FinTech infrastructure is important for ensuring the efficiency of the financial sector and the competitiveness of the country's economy.

An analysis of global trends shows an annual increase in investment in FinTech startups. According to KPMG, global investments in FinTech startups for 2018 amounted to \$120 billion, more than double the figure of 2017 – \$51 billion [2].

Banks and other financial intermediaries have a strong interest in investing in FinTech at this stage. Developing specialized units in their structures or in cooperation with FinTech sector, they try to keep a competitive position in the market and adapt to new demands and expectations of consumers of financial services [1].

The development of FinTech requires a clear definition of its nature and types, the establishment of rules for the functioning of FinTech companies, licensing or other requirements, guarantees for consumer rights protection and more. In other words, the

first area of state intervention in the FinTech segment is limited mainly to the formation of regulatory support and the establishment of ‘rules of the game’ for market participants.

On the other hand, FinTech innovations themselves can be used to improve the investment infrastructure in the country. This is a specific kind of FinTech – crowdfunding and peer-to-peer online platforms. In practice, peer-to-peer platforms can be used mainly for short-term loans, such as financing the working capital of enterprises or small investments; crowdfunding platforms provide financial resources for various investment and innovation projects. Depending on the rewards that an investor can receive from investing in a project, there are equity-based crowdfunding, reward-based crowdfunding, donation-based crowdfunding and profit-sharing crowdfunding platforms [4].

An example of the active use of crowdfunding and peer-to-peer financing in a stimulating investment policy is the UK. In the UK, unlike in other countries in the world, there is substantial financial support for the development of alternative financing. The British Business Bank and some regional and local authorities are investing through online platforms (typically using equity-based crowdfunding) to promote SME lending. Moreover, alternative platforms are involved in financing small and medium-sized businesses with high-credit-rated bank loans through bilateral referral partnerships with commercial banks, such as Santander, RBS and Metro Bank [3].

It should be noted that the legal basis for the operation of online platforms is also defined in the UK. For example, since April 1, 2014, the Financial Conduct Authority (FCA) has introduced a regulatory framework based on information disclosure for peer-to-peer platforms to protect the users of such platforms. Simultaneously with the requirements that ensure honesty, transparency and fraud prevention, minimum capital requirements and provisions on clients’ money are implemented. Companies operating a peer-to-peer platform must have a problem-solving plan, which means continuing work to repay loans to pay off investor liabilities if the platform is terminated [4].

Thus, FinTech innovations can be an integral part of the state's investment policy not only as an object of regulation, but also as a tool to stimulate investment development in the country, in particular small and medium-sized businesses. This

requires the formation of a regulatory framework and the development of public-private partnerships on business finance programs involving online platforms.

Literature:

1. Capgemini, and Efma (2019). World FinTech Report 2019. URL: https://www.capgemini.com/es-es/wp-content/uploads/sites/16/2019/06/World-FinTech-Report-WFTR-2019_Web.pdf
2. KPMG (2019). The Pulse of FinTech 2019. Biannual global analysis of investment in fintech. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2019/07/pulse-of-fintech-h1-2019.pdf>
3. Zhang B., Baeck P., Ziegler T., Bone J. and Garvey K. (2016). Pushing Boundaries: The 2015 UK Alternative Finance Industry Report. URL: https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2015-uk-alternative-finance-industry-report.pdf
4. Zhang B., Wardrop R., Ziegler T., Lui A. and others (2016). Sustaining momentum: the 2nd European alternative finance industry report. URL: https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2016-european-alternative-finance-report-sustaining-momentum.pdf

Banks and the banking system

PhD in Economics, Associate Professor Dudchenko V.

Sumy State University, Ukraine

THE CENTRAL BANKS INDEPENDENCE OF COUNTRIES IN THE WORLD: MODERN TRENDS

The global trend of central bank independence is characterized by the period of the 1990s, what is explained by the development of empirical and theoretical studies that confirmed the close link between the degree of central bank independence and the level of inflation, determined central bank independence as a decisive factor in successful monetary policy, economic growth the long term.

During the period of modern global financial and economic crisis of 2008-2009, the key issue lays in a overcome of negative effects for world economic and a salvation of national economies were played by central banks. The harnessing of traditional and unconventional monetary policy instruments was aimed for a financial stability achievement. At the same time, economic problems had been increasing.

During this period, the role of the central bank in the countries of the world differed from that of “prudent behavior”, which focused on a financial stability provision to “excessive powers”, which were not enshrined at the legislative level.

A post-crisis period is characterized by reduce of world economic growth. An adopting of soft monetary economics measures, in particular, the reduction in interest rates by central banks (US Federal Reserve, European Central Bank, Bank of Japan) is not sufficient to overcome a possible recession.

In addition, the political risks could increase due to the lack of economic growth incentives. The political risks increasing lead to the raising of demands on the work of central banks by the government of countries, what is reflected in the practice of realization central bank independence.

It should be defined that the main features, which characterize a modern tendencies of realization of central banks independence in a foreign countries practice (table 1).

Table 1

The Characteristic of modern trends of realization of central banks
independence
(an experience of different countries)

Country / Union	Institutional Law and Political Influence
Brazil	The tendency towards the independence strengthening of the Central Bank from the government, in particular, the submission to the Congress for consideration of the bill, according to which the institutional independence of the Central Bank is strengthened, in particular, the President of the country cannot dismiss the head of the Central Bank
Greece	The accusation of the Governor of the Bank of Greece of abuse and political dependence
European Union	The criticism to the president of the European Central Bank (ECB) by politicians in Germany and Netherlands. The demand of the chairman of the ruling Christian Democratic Party of Germany to change the monetary policy of the ECB: achieving price stability, moving away from the policy of low interest rates
India	Government's Impact on the Bank of Japan for Monetary Policy Mitigation, State Bank Lending Conditions
Italy	The ruling coalition's demand for personnel changes in the leadership of the Bank of Italy
Lithuania	Parliament's request to dismiss the governor of the Lithuanian Central Bank due to the negative result in overcoming the effects of the 2008 crisis.
United States of America	The demand of President Donald Trump for a reduction in the Federal Reserve's (US Federal Reserve) discount rate and a resumption of the bond-buying process, a criticism of Fed's policy. New appointments to Fed chairmen
Turkey	The release of the Head of the Central Bank. The policy orientation of a new Head of the Central Bank is to sharply reduce interest rates.
Sweden	Influence of politicians on monetary policy of the central bank (Riksbank) through consideration in parliament of the possibility of changing the inflation targeting regime (possible rejection of Riksbank strategy - ensuring price stability, shifting focus on economic growth and labor market)
China	Change of the Chairman of the National Bank (2018) and his deputy. The downward trend in independence
Slovenia, Spain, Republic of Moldova, Slovak Republic	Change of the Head of the Central Bank (2018)

* drafted by the author with using of data [1,2]

Accordingly, the main tendency of the last functioning period of the central banks in the countries of the world is the change of their heads and increasing of a political pressure in order to orient the policy of the central banks to economic growth.

Against the backdrop of increasing political pressure, taking into account a limited ability of central banks in developed countries to use the monetary policy instruments, they need to use financial instruments specifically to prevent recession. The experience of the global financial and economic crisis has shown that the effects of monetary instruments are insufficient. The need for fiscal policy tools is being updated

It should be noted that in the last decade, there has been a disproportionate distribution in the countries of the European Union used of the monetary and fiscal policy instruments with a bias towards the monetary measures. The debt crisis in Europe has led to a decline in ratings and a decrease in the value of government bonds, in particular in France, Italy. In such circumstances, it is necessary to coordinate the instruments of fiscal and monetary policy, taking into account the peculiarities of countries, the structure of the national debt, the state and the structure of the state budgets.

Therefore, we have been working to keep the pace with all economic central banks that are developing in different regions. At the same time, analytical results are deciding on the most negative forecasts for prospective world and national economies. This leads to the need to review approaches to the definition, role, and constituent elements of central bank independence.

Literature:

1. V. Rashkovan. The difficult year. What had been changed in the Central Banks in different countries.[Electronic asset] V. Rashkovan. – 2019. – Access mode to the asset: <https://nv.ua/ukr/opinion/skladnij-rik-shcho-zminilosja-v-tsentrobankakh-riznikh-krajini-2517205.html>.
2. B. Danylysyn. Why Ukraine need independent National Bank? [Electronic asset]B. Danylysyn. – 2019. – Access mode to the asset: <https://nv.ua/ukr/opinion/riven-inflyaciji-v-ukrajini-zmini-v-nbu-novini-ukrajini-50032340.html>

Foreign economic activity

Залесский Борис Леонидович

Белорусский государственный университет

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ: РЕЗЕРВЫ РОСТА – В МОДЕРНИЗАЦИИ

Еще в Программе деятельности Правительства Республики Беларусь на 2018-2020 годы была обозначена задача сформировать условия для реализации политики рационального импортозамещения и развития импортозамещающих производств, в том числе с использованием потенциала малых и средних компаний в целях улучшения торгового баланса страны, чтобы в итоге выйти на «ежегодный прирост производства импортозамещающей продукции в объеме не менее 600 млн долларов США» [1]. В феврале 2020 года, посещая Добрушскую бумажную фабрику «Герой труда», Президент Беларуси А. Лукашенко еще более заострил внимание на данном вопросе: «Нам надо валюту зарабатывать, поэтому желательно не вывозить ее. <...> За импортозамещение мы возьмемся серьезно» [2].

Заметим, что в Беларуси главная задача импортозамещения, под которым понимают государственную политику, направленную на рационализацию импорта товаров и услуг посредством стимулирования отечественных производителей, в том числе и с участием иностранного капитала для организации выпуска продукции, которая прежде импортировалась, сформулирована как «не механическое замещение импортных товаров, а развитие конкурентного национального производства» [3]. По оценке белорусского Министерства экономики, доля импортозамещающей продукции в стране уже приблизилась к 40 процентам или в денежном выражении – к 20 миллиардам долларов. При этом «доля продаж импортозамещающей продукции на экспорт выросла до 50%. Это говорит о том, что она не только конкурентоспособна на внутреннем рынке, но и пользуется спросом за рубежом» [4].

Среди субъектов хозяйствования Беларуси, достаточно успешно решающих вопросы импортозамещения, можно назвать предприятия концерна «Беллесбумпром». В 2019 году они почти на 10 процентов увеличили выпуск такой продукции и произвели ее более чем на 530 миллионов долларов. Если говорить точнее, то импортозамещающую продукцию выпускали 26 предприятий по 38 товарным позициям, в том числе – целлюлозу, древесноволокнистые и древесно-стружечные плиты, фанеру, немелованные бумагу и картон, гофрированный и негофрированный картон, бумажные мешки, газетную бумагу и бумагу санитарно-гигиенического назначения. В частности, «в 2019 году ОАО «Светлогорский ЦКК» произвело 145 тыс. т целлюлозы, что в 5,6 раза больше, чем за 2018 год» [5]. Еще один интересный пример в этом контексте – ОАО «Речицадрев». Три года назад в Речице начал действовать Завод синтетических смол. Одно из направлений использования этой смолы – производство декоративной пленки из обычной бумаги, используемой при изготовлении ламинированных древесных плит. Результат: если раньше мебельщикам приходилось покупать синтетическую смолу за рубежом, то теперь они сами стали отправлять ее излишки на экспорт. И только за 2019 год это дало предприятию около трех миллионов евро. В целом же «производство собственной смолы позволило за весь период сэкономить около 10 млн евро» [6].

Секрет успеха предприятий концерна – в проведенной модернизации базовых деревообрабатывающих предприятий, что позволило значительно расширить ассортимент выпускаемой продукции и обеспечить ее высокое качество. Итог: за последние пять лет, когда начали действовать новые заводы, объем производства импортозамещающей продукции вырос более чем в два раза. Продолжая развивать этот актуальный приоритет деятельности, в концерне «Беллесбумпром» видят такие перспективные направления, как расширение ассортимента и рост объемов производства различных видов бумажной упаковки как альтернативы полиэтиленовой, а также производство качественного мелованного картона, который в значительных количествах используется в полиграфической, пищевой, фармацевтической, косметической отраслях промышленности. В результате «в 2020 году предприятия концерна планируют увеличить выпуск импортозамещающей продукции на 30 миллионов долларов до 560 миллионов» [7].

Интересный опыт по развитию импортозамещения накоплен также в производственном объединении “Энергокомплект” в Витебске, где в 2019 году на экспорт было «поставлено 86% от всего объема на сумму \$112 млн. При этом на долю витебского предприятия приходится 70% всей кабельной продукции, выпускаемой в Беларуси» [8]. Уместно добавить, что в этом объединении, основанном в 1992 году и являющемся сегодня резидентом свободной экономической зоны “Витебск”, работает 650 человек, обеспечивающих инновационной продукцией как отечественных, так и зарубежных потребителей. Ряд примеров по успешной реализации политики импортозамещения можно наблюдать и в Гомельской области. В частности, «одним из них является деятельность Туровского молочного комбината по производству традиционных итальянских сыров для реализации на национальном белорусском рынке» [9, с. 553]. Все эти примеры говорят о том, что политика импортозамещения в Беларуси, хотя и развивается, но располагает еще огромным потенциалом, который предстоит освоить многим участникам рынка, ориентируясь на уже имеющийся в стране передовой опыт.

Литература

1. Программа деятельности Правительства Республики Беларусь на 2018-2020 годы [Электронный ресурс]. – 2018. – URL: <http://www.government.by/upload/docs/file253cf6b5b538838e.PDF>
2. Рабочая поездка в Добруш [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: http://president.gov.by/ru/news_ru/view/rabochaja-poezdka-v-dobrush-22978/
3. Идеи для импортозамещения [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: http://www.economy.gov.by/ru/idei_importozames-ru/
4. Доля импортозамещающей продукции в промышленности Беларуси приближается к 40% [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/dolja-importozameschajuschej-produktsii-v-promyshlennosti-belarusi-priblizhaetsja-k-40-379006-2020/>
5. Предприятия “Беллесбумпрома” в 2019 году увеличили производство импортозамещающей продукции на 9,3% [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/predpriyatija-bellesbumproma-v-2019-godu-uvlechili-proizvodstvo-importozameschajuschej-produktsii-na-379049-2020/>
6. Капба, Е. В объективе – “ОАО Речицадрев”. Успешное импортозамещение / Е. Капба // [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <http://dneprovec.by/companynews/2020/02/14/25898>
7. Игорь Ляшенко ориентирует “Беллесбумпром” на более активный выпуск импортозамещающей продукции [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <http://www.government.by/ru/content/9267>
8. Богачева, О. Вопросам импортозамещения необходимо уделять больше внимания – Анфимов / О. Богачева // [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.belta.by/regions/view/voprosam-importozameschenija-neobhodimo-udeljat-bolshe-vnimanija-anfimov-378866-2020/>
9. Шумель, К.В. Развитие импортозамещающих производств в разрезе концепции инновационного развития Республики Беларусь / К.В. Шумель // Женщины-ученые Беларуси и Казахстана : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1-2 марта 2018 г. / редкол. : И.В. Казакова [и др.]. – Минск : РИВШ, 2018. – С. 552–554.

Залесский Борис Леонидович
Белорусский государственный университет

СВОБОДНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗОНА “ГРОДНОИНВЕСТ”: ТОЧКА РОСТА – ЭКСПОРТ

Вплотную к одному миллиарду приблизился в 2019 году объем экспорта предприятий-резидентов свободной экономической зоны (СЭЗ) “Гродноинвест”, увеличившись почти на десять процентов по сравнению с 2018 годом. Это позволило довести долю СЭЗ в общем объеме экспорта промышленных товаров Гродненской области до 42 процентов. В целом же товарооборот резидентов СЭЗ превысил полтора миллиарда долларов с положительным сальдо в размере более 380 миллионов долларов. В географии этих экспортных поставок можно выделить два основных вектора: постсоветский – Россия, Украина; европейский – Польша, Литва, Румыния, Латвия. При этом основу поставок за пределы Беларуси «сформировали компании из секторов деревообработки и мебельного производства (30% от общего объема экспорта) изготовления продуктов питания (27%), машиностроения и металлообработки» [1]. В этом же ряду следует отметить предприятия химической и текстильной отраслей, а также производителей транспортных средств и оборудования, резиновых и пластмассовых изделий. Перспективы же развития в СЭЗ видят в привлечении новых резидентов, которые своей деятельностью могли бы способствовать дальнейшему наращиванию объемов экспорта товаров и услуг.

Напомним, что созданная в 2002 году СЭЗ “Гродноинвест” насчитывает сегодня в своем составе 12 территорий не только в Гродно, но и в таких городах Гродненской области, как Мосты, Новогрудок, Слоним, Щучин, Сморгонь, Свислочь. На середину января 2020 года в СЭЗ действовало 75 компаний с капиталом из 41 страны. В 2019 году резидентами СЭЗ, где потенциальным инвесторам предлагаются земельные участки и производственные площади с инженерной и транспортной инфраструктурой, налоговые, таможенные и иные

преференции, позволяющие значительно сократить издержки по проекту и повысить конкурентоспособность выпускаемой продукции, стали четыре компании из Беларуси, Австрии и Польши, занятые в сфере деревообработки и производства неметаллических минеральных продуктов с общим объемом заявленных инвестиций более 190 миллионов долларов, в том числе в основной капитал – свыше 160 миллионов долларов. Они намерены построить высокоэффективные заводы в Гродно и Свислочи, создав там более 560 новых рабочих мест. При этом «большая часть выпускаемой продукции будет поставляться в страны Европейского союза» [2].

Весьма продуктивно в этом контексте начался для СЭЗ и 2020 год. В частности, в феврале в качестве резидента здесь была зарегистрирована компания «ЕУЭкоПАК», которая намерена инвестировать более одного миллиона долларов в создание производственных мощностей по выпуску бумажных одноразовых упаковочных и столовых изделий. Данная тема, безусловно, сегодня весьма актуальна для Беларуси, где сейчас на законодательном уровне принимаются меры по стимулированию перехода предприятий на использование экологически безопасной упаковки, в том числе из бумаги. Новый резидент СЭЗ предполагает выпускать бумажные крафт-пакеты с ручкой и без, картонную упаковку типа «Ланчбокс», бумажные коктейльные трубочки и стаканчики для холодных и горячих напитков. Ожидается, что эта продукция «будет реализовываться преимущественно на внешних рынках. Удельный вес экспортных поставок превысит 85%. Основными рынками сбыта станут страны Европейского союза» [3]. К тому же здесь будет создано 25 новых рабочих мест.

В том же феврале 2020 года резидентом СЭЗ стала компания «ЗОВ-МАРКЕТ», которая на базе объекта незавершенного строительства в Гродно создаст современное предприятие по производству сухой обрезной доски, бруса, мебельных заготовок. Характерно, что «70% продукции будет экспортироваться в страны Европейского союза» [4]. Одним из новых резидентов СЭЗ уже в ближайшей перспективе может стать логистическая компания Berango из Франции, которая заинтересована в реализации на территории СЭЗ «Гродноинвест» инвестиционного проекта «по созданию мультимодального логистического терминала для обработки и очистки контейнеров и цистерн» [5].

Переговоры по этому конкретному поводу прошли с администрацией СЭЗ в Гродно в феврале 2020 года.

Активно расширяют выпуск продукции, ориентированной на экспорт, и уже действующие резиденты СЭЗ. Так, в феврале 2020 года ООО “Терразит Плюс” продемонстрировало новую инновационную ручку управления VPC ALPHA Grip серии Constellation в рамках инновационного проекта Virpil Controls по созданию устройств для виртуального управления самолетами, вертолетами, прототипами космических кораблей. Важно в этой связи то, что данная «продукция пользуется спросом на рынке Западной Европы, почти все производство работает на экспорт» [6], а в проекте задействованы пилоты, дизайнеры, конструкторы и разработчики программного обеспечения. В 2019 году к выпуску новой продукции – континентальных кроватей типа Voxspringbett – приступило ИООО “Белабеддинг”, являющееся резидентом СЭЗ с 2006 года. И сейчас «более 80% продукции компании экспортируется в страны Западной Европы» [7]. Надо полагать, что меры, принимаемые в СЭЗ, принесут еще более весомые результаты в плане увеличения экспорта продукции резидентов свободной экономической зоны “Гродноинвест” в 2020 году.

Литература

1. Экспорт резидентов СЭЗ “Гродноинвест” в 2019 году приблизился к \$1 млрд [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/eksport-rezidentov-sez-grodnoinvest-v-2019-godu-priblizilsja-k-1mlrd-379958-2020>
2. Резидентами СЭЗ “Гродноинвест” в 2019 году стали 4 компании с инвестпроектами на \$190 млн [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/rezidentami-sez-grodnoinvest-v-2019-godu-stali-4-kompanii-s-investproektami-na-190-mln-375887-2020/>
3. Производство бумажной упаковки создаст новый резидент СЭЗ “Гродноинвест” [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.belta.by/regions/view/proizvodstvo-bumazhnoj-upakovki-sozdast-novyj-rezident-sez-grodnoinvest-379035-2020/>
4. ООО “ЗОВ-МАРКЕТ” зарегистрировано в качестве резидента СЭЗ “Гродноинвест” [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://grodnoinvest.by/press-center/ooo-zov-market-zaregistrirvano-v-kachestve-rezidenta-sez-grodnoinvest/>
5. Компания из Франции рассматривает возможность создания терминала в СЭЗ “Гродноинвест” [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.belta.by/regions/view/kompanija-iz-frantsii-rassmatrivaet-vozmozhnost-sozdaniya-terminala-v-sez-grodnoinvest-379266-2020/>
6. Резидент СЭЗ “Гродноинвест” ООО “Терразит Плюс” представил новую инновационную продукцию [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://grodnoinvest.by/press-center/rezident-sez-grodnoinvest-ooo-terrazit-plyus-predstavil-novuyu-innovacionnuyu-produkciu/>
7. Резидент СЭЗ “Гродноинвест” ИООО “Белабеддинг” запустил выпуск новой продукции [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://grodnoinvest.by/press-center/rezident-sez-grodnoinvest-iooo-belabedding-zapustila-vypusk-novoj-produkcii/>

Financial relations

Соломатіна Т.В.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи,
Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, Україна*

ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ І СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

Стратегічний розвиток галузей національної економіки і суб'єктів господарювання ґрунтується на визначенні довгострокових орієнтирів, адаптації до мінливих умов зовнішнього та внутрішнього середовища.

За сферою суспільних відносин виділяють такі види зовнішнього середовища підприємства: зовнішньоекономічне (ступінь інтеграції у міжнародний поділ праці, рівень розвитку зовнішньої торгівлі), техніко-економічне (рівень розвитку економіки та науково-технічного прогресу), соціокультурне (рівень та якість життя населення, розвиток громадянського суспільства, його довіра до влади), політико-правове (стабільність державної політики, рівень корупції, досконалість законодавства), еколого-демографічне (природно-кліматичні умови, динаміка населення, рівень його кваліфікації, розміщенням природних ресурсів та виробничих сил). Якщо зовнішнє середовище є стабільним, то є підстави для використання широкого арсеналу методів та інструментів довгострокового планування.

Оцінюючи вплив зовнішнього середовища на формування механізмів стратегічного управління суб'єктами господарювання аграрного сектора економіки, слід зазначити наступне. Зовнішньоекономічне середовище є визначальним щодо розвитку експорт-орієнтованих галузей сільського господарства (вирощування зернових і олійних культур), а також тих галузей, які виробляють продукцію сільського господарства та продукти харчування, що імпортується. Техніко-економічне середовище суб'єктів господарювання аграрного сектора економіки є слабким, оскільки рівень розвитку їх інноваційної діяльності і впровадження новітніх технологічних укладів значно відстає від промисловості. Соціокультурне середовище функціонування суб'єктів

господарювання аграрного сектора економіки тісно пов'язано з необхідністю розвитку сільських територій, покращенням рівня та якості життя сільського населення, розбудовою територіальних громад. Ознаки політико-правового середовища пов'язані з недостатньою узгодженістю державної аграрної і фінансової політики, корупційними ризиками при розподілі і використанні бюджетної підтримки суб'єктів господарювання аграрного сектора економіки. Значний вплив на формування і розвиток їх фінансового потенціалу має еколого-демографічне середовище, оскільки ефективність сільськогосподарського виробництва визначається природно-кліматичними умовами, сезонними факторами. Сільському господарству притаманна висока частка низько-кваліфікованої праці, ручних робіт, недостатня механізація виробничих процесів, особливо в тваринництві.

Стан зовнішнього середовища суттєво впливає на стратегічний розвиток суб'єктів господарювання. Значимими є: глибина трансформацій і динамізм зовнішнього середовища як ознака передбачуваності його майбутніх змін, внутрішня організаційна структура та її здатність адаптуватися до стратегічних змін, наявність стратегічної ідеології та відповідних їй прикладних засобів досягнення стратегічних цілей розвитку підприємства [1]. З огляду на динамізм зовнішнього середовища та його вплив на діяльність підприємства виділяють такі його види: стабільне; таке, що формується; нестабільне; турбулентне.

Розглянувши вище видам зовнішнього середовища суб'єктів господарювання аграрного сектора економіки можна надати різні оцінки за ознакою динамізму. В умовах європейської інтеграції, реформи місцевого самоврядування, бюджетної децентралізації зовнішньоекономічне і соціокультурне середовище суб'єктів господарювання аграрного сектора економіки можна визнати таким, що формується. Техніко-економічне і демографічне середовище, на жаль, слід визнати стабільним, але низьким за рівнем розвитку. Політико-правове і екологічне середовище в аграрному секторі економіки є нестабільним, а останнє в умовах природних катаклізмів (посуха, зливи, град тощо) може бути турбулентним.

Стан внутрішнього середовища суб'єктів господарювання аграрного сектора економіки визначається їх організаційно-правовою формою, організацією і технологією виробництва, бізнес-процесами. У сільському господарстві поширеними є такі форми власності: колективна, кооперативна,

приватна, індивідуальна, а підприємства суттєво різняться за спеціалізацією (рослинництво, тваринництво, комбіноване виробництво), розміром (великі агрохолдинги, середні за розміром товариства з обмеженою відповідальністю, дрібні приватні, фермерські, особисті селянські господарства).

Стратегія розвитку підприємства – це програма дій, орієнтованих на реалізацію місії та досягнення його основних цілей в процесі трансформацій, результатом яких є: адаптація до змін зовнішнього середовища, кількісні зміни та/або виникнення якісно нового економічного стану підприємства. Стратегія розвитку має забезпечувати адаптованість і спрямованість дій підприємства в середовищі, що розвивається, у нестабільному і турбулентному середовищі.

Основними підвидами стратегій розвитку є: підтримка стабільності, зростання, скорочення (кількісні стратегії), покращення (якісні стратегії), структурні зміни (структурні стратегії). Акцентуємо увагу на помилковості ототожнення стратегій розвитку лише з кількісним зростанням, оскільки кероване скорочення є неминучим у випадку зміни позиціонування на ринку або виходу з ринку, прийняття рішення про міжгалузевий чи міжрегіональний перелив капіталу. Враховуючи стан внутрішнього і зовнішнього середовища суб'єктів господарювання аграрного сектора економіки, для них актуальними є не тільки кількісні стратегії зростання (збільшення обсягів виробництва і реалізації, прибутку, експорту продукції), але і якісні (оновлення техніко-технологічного потенціалу на інноваційній основі, забезпечення безпеки і якості харчових продуктів і сільськогосподарської продукції відповідно до міжнародних стандартів, зростання рівня життя і індексу людського сільського населення), а також структурні (збільшення частки виробництва продукції з високою доданою вартістю, органічної сільськогосподарської продукції і продуктів харчування, поступове скорочення частки експорту сировинної продукції сільського господарства).

Загальна стратегія розвитку підприємства тісно переплітається з товарною, фінансовою, конкурентною, функціональною стратегіями. Товарні стратегії суб'єктів господарювання аграрного сектора економіки значно диференційовані, оскільки продукція тваринництва і рослинництва є різноманітною. Загальним для більшості аграрних підприємств, особливо де галузі рослинництва комбінуються з галузями тваринництва, є значні відмінності між обсягами валової і товарної продукції, оскільки частина валового випуску

використовується для проміжного споживання. Конкурентні стратегії значно впливають на формування фінансового потенціалу суб'єктів господарювання аграрного сектора економіки, оскільки їх недостатній розвиток суттєво викривлює фінансову результативність діяльності сільськогосподарських товаровиробників.

Функціональні стратегії визначають стратегічну орієнтацію окремих підсистем управління підприємством (маркетингу, виробництва, управління персоналом, екологічної і соціальної сфер). З позицій сталого розвитку для суб'єктів господарювання аграрного сектора економіки надзвичайно важливими є екологічні стратегії, пов'язані з впровадженням еколого-безпечного виробництва, збереженням і покращенням родючості ґрунтів, їх захистом від ерозії, вивітрювання ґрунтів тощо. Соціальні стратегії визначають орієнтири розвитку сільської місцевості, її інфраструктури, забезпечення зайнятості сільського населення тощо.

Список використаних джерел

1. [Смолін І.В.](#), Дрінь О.Я. Ідеології вибору методології і форми стратегії підприємства за змінюваних умов середовища. [Стратегія економічного розвитку України](#). 2013. № 33. С. 31-38.

Human resources management

Кемська В.,

*магістрант освітньо-професійної програми
«Управління персоналом та економіка праці»*

к.е.н., доц. Безпалько О.В.

Національний університет харчових технологій

ПЕРЕДУМОВИ ВИКОРИСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЛІЗИНГОВИХ ПОСЛУГ У ПРАКТИЦІ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ ВІДНОСИНАМИ

Багато підприємств харчової промисловості мають сезонний характер і тому потребують в деякі періоди виробничого циклу різкого збільшення або, навпаки, скорочення кількості персоналу. Це зумовлює потребу підприємств в використанні таких персонал технологій, як лізинг і аутстафінг. Ця проблематика актуальна також тому, що ефективна робота підприємства залежить від швидкості і якості заповнення вакантних місць. На рівні низькокваліфікованого персоналу технологія лізингу є найбільш вдалою та зручною персонал-технологією. Лізинг персоналу є формою тимчасового або строкового залучення персоналу, що дає змогу вирішити проблеми підприємства в умовах зміни пріоритетних напрямів діяльності або в умовах необхідності зменшення витрат на персонал [1]. Саме тому дана форма залучення персоналу є доречною для тимчасової зайнятості.

Мета цього дослідження є визначення передумов використання технології лізингу з метою обґрунтування їх запровадження на ПАТ «Київський маргариновий завод».

Як правило, вітчизняні підприємства вирішують проблему нестачі кадрів, переклавши додаткові завдання на своїх працівників, що негативно впливає на подальшу діяльність підприємства через зменшення продуктивності їхньої праці. Цю проблему можна вирішити іншим шляхом, а саме, використовуючи тимчасових працівників. Таким чином роботодавці зменшують витрати на робочу силу за рахунок нижчої заробітної плати і обмеженого набору соціальних виплат цій категорії зайнятих. Для персоналу тимчасова зайнятість дає можливість гнучкої системи зайнятості, отримання додаткового прибутку,

можливість роботи в різних компаніях, що сприяє підвищенню кваліфікації, отримання соціальної забезпеченості.

Технологія лізингу покладає кадрову, бухгалтерську і юридичну відповідальність на компанію, яка надає лізинг, а також знижує навантаження в області страхування, матеріально-господарського забезпечення, маркетингу і банківського супроводу.

На ПАТ «Київський маргариновий завод» в період з серпня по жовтень, в зв'язку з високим сезоном і збільшенням поставок свіжої олії на підприємство, зростає потреба в персоналі на олієрозливній станції та складі з сировиною і готовою продукцією. Оскільки на ПАТ «Київський маргариновий завод» не має практики застосування персонал-технологій по залученню персоналу і підприємство не має перевіреного HR-провайдера, пропонуємо залучити посередника для здійснення цієї роботи.

В період високого сезону виникає потреба в допоміжних працівниках на склад підприємства, оскільки стрімко зростає кількість виготовленої продукції.

Таблиця 1.1

**Кількість допоміжного персоналу (вантажники) на період сезону
на ПАТ «Київський маргариновий завод» 2019 р.**

№	Чинник	Од. виміру	Кількість
1	Кількість штатного персоналу	осіб	31
2	Потреба на період високого сезону	осіб	58
3	Потреба в тимчасових працівниках	осіб	27

Отже в високий сезон на склад підприємства додатково потрібно 27 вантажників продукції. Пропонуємо скористатися послугами HR-провайдера. Спрогнозуємо витрати на допоміжний персонал підприємства (вантажників), якщо їх знайти і оформити в штат компанії на період сезону (табл. 1.2).

За даними таблиці 1.2 можна зробити висновок, що за період з серпня по жовтень в 2020 році ПАТ «Київський маргариновий завод» витратить 1180,033 тис. грн з врахуванням виплати заробітної плати, єдиного соціального внеску та затрат на пошук персоналу.

Таблиця 1.2

Витрати на допоміжний штатний персонал на ПАТ «Київський маргариновий завод» в період з серпня по жовтень 2020 року (прогноз)

№	Чинник	Од. вим.	Показник
1	Потреба в сезонних працівниках	осіб	27
2	Період високого сезону	міс.	3
3	Заробітна плата одного штатного працівника	грн/год	65
4	Єдиний соціальний внесок (22 %)	грн/год	14,3
5	Норма годин за місяць	год.	168
6	з них: - в денні зміни	год.	91
7	- в нічні зміни	год.	77
8	Доплата за нічні години	%	20
9	Допоміжні витрати на залучення персоналу в штат	грн/міс	2000
10	Усього витрат на ЗП	грн	965601
11	Усього ЄСВ за 3 місяці	грн	212432,2
12	Разом витрат на залучення і утримання персоналу в штаті	грн	1184033

Також, важливо звернути увагу на те, що в таблиці 1.2 не враховані витрати підприємства за несвоєчасні закриття відкритих вакансій, тому реальні витрати підприємства ще більші.

Дані по розрахунку витрат на оплату лізингових послуг наведені в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Витрати на послуги лізингу персоналу з урахуванням ПДВ на ПАТ «Київський маргариновий завод» (прогноз) в 2020 р.

№	Чинник	Од. вим.	Показник
1	Тариф за годину роботи одного позаштатного працівника	грн/год	75
2	Тариф за годину роботи в нічну зміну	грн/год	90
3	Усього витрат на послуги лізингу персоналу (27 осіб)	грн	1114155

Отже, за даними табл. 3.3 підприємство витратить 1114,155 тис. грн за той же період часу.

Порівняємо витрати на штатний та лізинговий персонал (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

**Порівняння витрат на штатний та лізинговий персонал на ПАТ
«Київський маргариновий завод» в 2020 р.**

№	Чинник	Од. вим	Показник
1	Витрати на залучення і утримання персоналу в штаті	грн	1184033
2	Витрати на послугу лізингу персоналу	грн	1114155
3	Абсолютне відхилення	грн	- 69878
4	Відносне відхилення	%	-5,9

За даними таблиці 1.4 можна зробити висновок, що з використанням послуги лізингу персоналу ПАТ «Київський маргариновий завод» зекономить 69,88 тис. грн, що менше на 5,9 % ніж підприємство витратило б на пошук та залучення штатного персоналу.

Отже, доцільність застосування технології лізингу персоналу для даного підприємства є очевидною. Це дасть змогу прискорити покриття потреби в персоналі на підприємстві, розгрузити кадрову службу та звільнить підприємство від кадрової роботи і допоміжних виплат пов'язаних з цією частиною персоналу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Лизунова О. М., Іщенко Я. Г., Кондрашова Г. В. Використання інноваційних методів управління персоналом підприємства. *Економіка і суспільство*. 2018. Випуск 14 / 2018 С. 448 - 456. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/62.pdf (дата звернення 02.02.2020)

Marketing and management

Мішустіна Т.С., к.е.н., доцент, Тібуа К.Т., магістрант
Університет імені Альфреда Нобеля, Дніпро, Україна

КАРТА-СХЕМА ПОЗИЦІОНУВАННЯ КОНКУРЕНТІВ

Концепція позиціонування зародилася в 1972 р. з виходом в журналі Advertising Age серії статей під загальним заголовком «Ера позиціонування». Її авторами були рекламисти Джек Траут і Ел Райс, які з того часу є найбільш активними пропагандистами позиціонування [1, с. 151]. Концепція створювалася як спосіб більш ефективного просування товару, в першу чергу, за допомогою реклами.

Позиціонування товару на ринку – це дії щодо забезпечення товару конкурентного положення на ринку. Який сегмент ринку буде обслуговувати даний товар; якими якостями він відрізняється від аналогічних товарів конкурента? На ці питання підприємство відповідає шляхом позиціонування товару. Позиціонування товару дає можливість розробити комплексну маркетингову програму, в яку входить конкретний вид товару, упаковки, гарантія, ціна і знижки з неї, методи поширення, реклама.

Визначивши цільовий сегмент, підприємство повинно виявити всі товари, пропоновані у цьому сегменті, з тим, щоб знайти вигідне місце (позицію) для свого товару, забезпечити його конкурентоспроможність і розробити відповідний комплекс маркетингу.

Позиція – це сформоване уявлення споживачів цільового сегмента про найважливіші властивості пропонованих товарів [1, с. 152].

Завдання позиціонування – вивчити думки і переваги споживачів, що стосуються існуючих товарів, і виявити, за якими критеріями споживачі їх оцінюють.

Етапи позиціонування:

1. Виявлення всіх товарів, пропонованих споживачам.
2. Визначення найважливіших характеристик товару з точки зору споживачів.

3. Побудова карти (схеми) позиціонування.

Карти-схеми позиціонування (*perceptualmap*) – це інструмент позиціонування товарів, призначений для наочного зображення близькості між товарами або сегментами, що вимірюється в термінах психологічних факторів, для оцінки яких використовується метод багатомірного шкалування споживчих преференцій та сприйняття [2, с. 516].

Карта позиціонування передбачає побудову графіка і є двовимірною системою координат, на якій відкладені позиції конкуруючих марок із точки зору їх сприйняття споживачами [3, с. 302-303].

Рисунок 1 презентує карту сприйняття марок синтетичних миючих засобів (СМЗ) за критеріями «якість – очікувана ціна» конкурентів ТОВ «Проктер енд Гембл Менюфекчуринг Україна» [5] та ПАТ «Хенкель Україна» [4], побудовану під час досліджень споживачів.

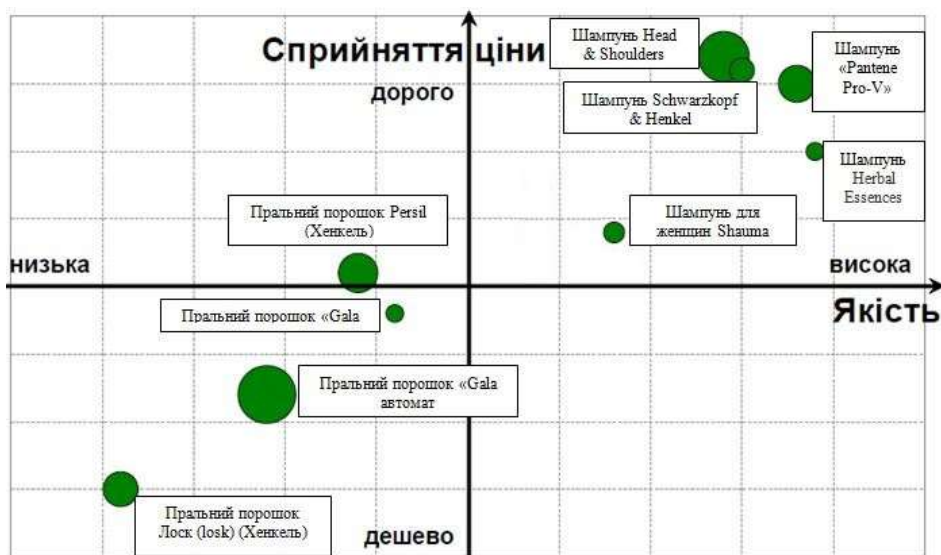


Рис. 1. Карта сприйняття марок СМЗ за критеріями «якість – очікувана ціна» конкурентів ТОВ «Проктер енд Гембл Менюфекчуринг Україна» [5] та ПАТ «Хенкель Україна» [4]

Аналізуючи дані на рис. 1, можна зробити висновок, що перевага залишається на боці компанії ТОВ «Проктер енд Гембл Менюфекчуринг Україна». Отже, підприємству треба періодично з'ясовувати, як споживачі оцінюють ступінь втілення найважливіших характеристик в товарах, пропонованих конкурентами.

Основна мета карти позиціювання – вивчити прихильність споживача до товару фірми через визначення позитивних відмінностей цього товару від товарів конкурентів.

Карта дає відповіді на три питання:

- 1) як різні марки на ринку сприймаються споживачами;
- 2) яким різні групи споживачів хочуть бачити товар даної категорії і наскільки вони задоволені тим, що пропонується на ринку;
- 3) які можливості існують для створення нових марок або які найкращі шляхи модифікації існуючих марок.

ТОВ «Проктер енд Гембл Менюфекчуринг Україна» застосовує стратегію позиціювання на іміджі, яка спирається на вже набуту фірмою репутацію серед споживачів. Наприклад, товариство підкреслює, що її товари – це «якість, яка викликає довіру» [5].

Узагальнюючи вищенаведене, позиція бренду в багатьох випадках повинна формуватися поступово і включати в себе створення точок паритету і тільки потім – точок відмінності. Незважаючи на необхідність оновлення, втілення ідеї позиціонування передбачає довгостроковий підхід.

Література:

1. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент / Г.І. Кіндрацька. – [2-ге вид., переробл. і доповн.]. – К.: Знання, 2010. – 406 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. Профессиональное издание / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – [12-е изд.; пер. с англ.]. – М. : Вильямс, 2009. – 1072 с.
3. Тоффлер Б.Э. Словарь маркетинговых терминов/Б.Э.Тоффлер, Дж. Имбер. – М.: Инфра-М, 2000. – 432 с.
4. «Henkel» в Україні // Офіційний веб-сайт Компанії. URL: <https://www.henkel.ua>
5. Р&G в Україні // Офіційний сайт компанії. URL: <https://www.pg.com.ua/uk-ua/who-we-are/pg-in-ukraine>

Абдулай Проспер Малік,
Університет імені Альфреда Нобеля, Україна

Бондаренко А.А.,
Університет імені Альфреда Нобеля, Україна

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ВОГ РІТЕЙЛ» В СУЧАСНИХ УМОВАХ

На сьогоднішній день вдосконалення маркетингової діяльності є невід'ємною частиною підприємницької діяльності. З метою вдосконалення маркетингової діяльності підприємства ТОВ «ВОГ РІТЕЙЛ» на основі проведеного теоретичного та практичного аналізу, щоб ліквідувати прогалини в інформаційній системі підприємства, перш за все, необхідно структурувати маркетингову діяльність, за допомогою створення внутрішньофірмової системи збору та обміну інформацією. Наявність чітко налагодженої маркетингової системи істотно вплине на діяльність організації.

Нижче наведено варіант процедури удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «ВОГ РІТЕЙЛ». Так, спочатку проводиться формування бази вихідної інформації за результатами здійснених заходів: за оцінкою ринку, стійкості обороту, інтенсивності попиту, ділової активності, а також аналіз привабливості ринку і вибір його цільового сегмента.

На етапі формування передумов складається прогноз економічних параметрів на основі різних варіантів прогнозу поведінки зовнішнього середовища і сформованих внутрішніх тенденцій.

На етапі постановки проблеми визначається рівень досягнень компанії за допомогою розрахунку кількісних значень економічних показників.

Прогнозні результати діяльності порівнюються з рівнем досягнень і виявляється різниця між бажаним і поточним рівнями показників.

І останнім етапом є вироблення довгострокової стратегії. На базі розрахованих відхилень показників визначається можливість ліквідації виявленої різниці. проводиться дослідження можливості розвитку нових

виробництво, диверсифікації діяльності, створення філій і спільних підприємств, нарощування виробничих потужностей і зниження витрат.

Зазначимо, що в організаційній структурі ТОВ «ВОГ РІТЕЙЛ» існує відділ маркетингу, який займається аналізом конкурентів, розробкою планів та маркетингової стратегії, а також проводить аудит маркетингової діяльності компанії, проте значну частину завдань компанія передає на аутсорсинг.

На наш погляд компанії слід частково відмовитись від послуг аутсорсингу і найняти додатково декількох спеціалістів у відділ маркетингу. Така рекомендація пояснюється необхідністю активізації маркетингової активності на підприємстві. Для цього необхідне швидке реагування (рис. 1).



Рис. 1. Програма організаційних заходів на 2020-2021 рр. ТОВ «ВОГ РІТЕЙЛ» та результати їх введення

Порівняння переваг розширення власного відділу та подальшого відведення завдань на аутсорсинг наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Профіль полярностей власного відділу маркетингу та аутсорсингу ТОВ «ВОГ РІТЕЙЛ»

Показники	Власний відділ	Аутсорсинг
Ціна	+	
Час виконання		+
Контроль	+	
Досвід		+
Безризикованість витоку інформації	+	

Джерело: складено автором

Отже, проаналізувавши табл. 1, можна зробити висновок, що розширення відділу маркетингу на ТОВ «ВОГ РІТЕЙЛ» є доцільним.

Крім цього, важливим елементом для компанії є створення власного бренду, який має символізувати, асоціюватися у споживачів зі стабільністю, довірою, певним спектром очікувань. Останнім же часом спостерігається тенденція до поступового зникнення нішевих ринків і монопольних областей, бренди основних послуг стають все більш схожі між собою. Багато мереж АЗС пропонують однакові продукти. Проте навіть у такій ситуації є можливість виділити свій бізнес на тлі конкурентів. Тому варто не намагатися боротися з конкурентами, а створити кращий, клієнтоорієнтований сервіс.

Підсумовуючи зазначимо, що удосконалення маркетингової діяльності з урахуванням зазначених рекомендацій допоможуть ТОВ «ВОГ РІТЕЙЛ» підтримувати та не втрачати своїх конкурентних позицій на українському ринку нафтопродуктів.

**Гулька В.І., магістр спец. 075 "Маркетинг",
к.е.н., доц.Бєлова Т.Г.**

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Стрімкий розвиток технологій, мінливих потреб споживачів та високої конкуренції на ринку фактично диктує нові умови ведення підприємницької діяльності. Комерційні підприємства змагаються за прихильність споживачів покращуючи сервіс надання послуг, якість товарів, відкриваючи нові маркетингові інструменти та застосовуючи передові маркетингові технології. В сучасному, досить турбулентному ринковому середовищі постійний пошук інноваційних підходів стає необхідною складовою діяльності компаній для розвитку, утримання інтересу споживачів та завойовування прихильності нових клієнтів до своїх продуктів та послуг. Швидкість підхоплення та впровадження нових тенденцій, методів впливу на споживачів та застосування перспективних методів просування продуктів та послуг визначають рівень конкурентоспроможності підприємств. Компанії, яким вдається випередити інших, здобувають лідерство на ринку та високі прибутки [1].

Швидкий темп розвитку інтернет-технологій, появи гаджетів, проникнення їх в життя суспільства, а також важливість персоналізованого підходу до кожного окремого споживача та виявлення його справжніх потреб стали причиною стрімкого розвитку digital-маркетингу. Даний вид маркетингу передбачає просування товарів та послуг компаній через цифрові носії. Digital-маркетинг – це певний стратегічний комплекс маркетингових заходів, який характеризується контактуванням зі споживачами онлайн та оффлайн за допомогою цифрових каналів для просування бренду компанії, його товарів та послуг на ринку. Застосування digital-маркетингу в діяльності підприємств має низку переваг:

- забезпечує постійну «присутність» в житті споживачів, нагадуючи про себе через різні канали комунікації. Дозволяє охопити онлайн і оффлайн споживачів, які користуються сучасними гаджетами: мобільними телефонами,

планшетами, персональними комп'ютерами, грають в ігри та завантажують додатки;

- дозволяє інтегрувати велику кількість різних новітніх технологій (соціальні мережі, мобільні пристрої, CRM-системи) з просуванням, продажами та наданням якісного сервісу кінцевим споживачам;

- дає можливість збирати велику кількість даних про потенційних споживачів. Адже, практично всі дії користувачів в цифровому середовищі фіксуються аналітичними системами. Це відкриває можливість глибокого вивчення потреб споживачів для якісного їх задоволення;

- дає змогу забезпечити безперебійну комунікацію зі споживачами та отримувати зворотній зв'язок для подальшого покращення якості наданих послуг;

- дозволяє вдало поєднувати технології та людські ресурси, підтримуючи їх необхідний баланс, відповідно до потреб цільової аудиторії та особливостей продукту;

- дозволяє оцінювати та аналізувати ефективність маркетингових заходів, корегувати їх відповідно до отриманих результатів та тенденцій на ринку.

Digital-маркетинг – це гнучкий комплексний вид маркетингової діяльності, за яким вже активно працюють передові підприємства. Варто зазначити, що його гнучкий підхід дозволяє залучати аудиторію, як з інтернет простору до місць продажу, так і навпаки. Наприклад, за допомогою використання QR-коду на рекламному щиті можна перевести потенційного споживача на сайт чи сторінку в соціальній мережі компанії, чи завдяки email-розсилці можна направити користувача на офлайн-семінар чи захід [2].

Зараз найпопулярнішими маркетинговими методами для просування товарів та послуг компанії є відео-контент, комунікація зі споживачами за допомогою месенджерів (переважно Telegram) та створення особистого бренду.

Популярність відео-контенту зростає останнім часом завдяки легкості подачі інформації та своїй інтерактивності. Месенджери, які максимально адаптовані для повсякденного використання (спілкування, читання корисної і цікавої інформації), стали зручним середовищем для просування бренду через публікацію якісного, корисного, а головне, унікального контенту.

Ще одним перспективним маркетинговим інструментом є особистий бренд. Він передбачає просування через впізнавану харизматичну особистість. Такий засіб просування допомагає створити кращий зв'язок з цільовою аудиторією, допомагаючи споживачам зрозуміти і оцінити належним чином те, що створює компанія, розгледівши бренд крізь унікальну особу.

Отже, підсумовуючи вищезазначене варто відмітити, що правильне та своєчасне застосування перспективних маркетингових рішень надають підприємствам вагомому конкурентну перевагу та неоціненну допомогу в реалізації товарів. Застосування digital-маркетингу дозволяє комплексно та ефективно взаємодіяти з цільовою аудиторією через цифрові канали, а слідування останнім тенденціям методів просування товарів та послуг на ринку дозволяють компаніям завойовувати прихильність користувачів.

Література:

1. Васильців Н.М., Рожко Н.Я. Сучасні тренди digital-маркетингу. Мукачівський Державний Університет. 2018. №15. с. 232-236. URL : http://economyandsociety.in.ua/journal/15_ukr/36.pdf
2. Рубан В. Цифровий маркетинг: роль та особливості використання. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. Вип. 2-2 (08). С. 20-25.

Accounting and auditing

Sady Aigerim Auezzhanova

Master student of the Eurasian National University named after L.N. Gumilyov

FOREIGN EXPERIENCE IN IMPLEMENTING A TAX DECLARATION SYSTEM

Universal declaration in Kazakhstan is one of the most pressing issues for Kazakhstanis. Earlier this month, it was announced that the filing of declarations was postponed for several years due to problems identified during a pilot project in the Karaganda region

The reaction of citizens to this news also showed that Kazakhstanis are not yet mentally prepared for the new procedure, and they are also afraid of technical failures that could complicate their lives.

At the suggestion of the Ministry of Finance submitted to the government, the transition to declaring will stretch for five years. The first to join the universal declaration in 2021 are civil servants and those married to them.

In 2023, they will be joined by families of employees of state enterprises, including education, healthcare, culture and sports.

In 2024, declarations will be compulsory to be submitted by heads and founders of legal entities and their spouses, individual entrepreneurs and their spouses.

In 2025 - the remaining categories of the population.

Universal declaration as an instrument of tax control of real incomes of the population and counteraction to the shadow economy is used in many countries of the world. Among the developed countries are the USA, Germany, France, Sweden, Finland, Denmark, Australia, Czech Republic, Italy, New Zealand, Singapore, Switzerland, Chile.

Individuals in Germany must submit a declaration if their income exceeds a certain tax-free amount (in Germany for 2010 this amount is 8,004 euros (1,520,760 tenge) for single citizens, for couples who fill out a joint declaration, this the amount is 16,008 euros (3,041,520 tenge)).

For individuals employed, income tax is withheld monthly at the place of work. And only if the employee has a monthly additional income exceeding 410 euros (77,900 tenge), he is obliged to draw up a declaration.

The following tax-free amounts exist in German tax law:

1. 920 euros (174 800 tenge) for employment. We are talking about costs arising from the fact that a person is looking for work or work, and which should cover these costs. If the actual amount of these expenses is higher, then actual expenses are taken into account, but in this case, supporting documents must be submitted.

2. Without providing evidence, 36 euros (6,840 tenge) are deducted from the taxable amount as special expenses. If the actual amount of expenses exceeds this amount, then documents confirming these expenses must be submitted.

3. For income from capital (dividends, income from the sale of the company or its parts, etc.), an amount of 801 euros (152,190 tenge) is deducted from them. In addition, German tax law exempts certain amounts from taxation. Some of them:

- tax benefits for a family with a child;
- exempted amount for single parents;
- the amount that is exempt from taxes if the taxpayer is 65 years old before the beginning of the calendar year for which income / tax is calculated;
- the amount for the education of children, which is exempt from taxes;
- tax-free amount for persons with disabilities;
- tax-free amount for income from agriculture and forestry.

In terms of the use of tax deductions in Finland, at the national level, tax deductions are applied individually to an individual in the form of: a standard deduction of 2,000 euros per year (not applicable at the source of payment), deduction for insurance contributions, trade union contributions, deduction for pension insurance premiums, deduction on travel expenses (provided on travel on municipal transport, but can be applied on travel expenses by car, if there is no other way to get to work).

At the municipal level, the so-called family deductions are applied: the interest deduction on the loan for the purchase of a house is provided for an incomplete amount of interest (about 30% of the actually paid amount is provided), which is applied to the family member for whom the loan was issued at the bank; a deduction for renting an apartment in the amount of 250 euros, but not more than the rent for renting an apartment (provided in case of lack of own housing or when own housing is 100 or

more kilometers from work); a deduction based on the payment of interest on a home loan, which is applied either by the husband or wife; The deduction for education is applied only for loans received through the national education system, and the deduction for health is applied through a system of social contributions.

As a public service for universal declaration in Sweden and Finland, the procedure for pre-filling declarations is used, the essence of which is that the tax authorities based on information about the income and property of individuals received from third parties (including authorized state bodies) , a preliminary filling out of the declarations of individuals that are sent to individuals. Then, in Sweden, individuals are required to fill out the appropriate column, which either confirms the information in the pre-filled declaration, or reflects their own information and sends it back to the tax authorities. In Finland, individuals send a tax return with their own completed declaration to the tax authorities only if the income and property information specified in the previously completed declaration does not match.

The following forms are used to control the information declared in the declaration in Italy:

1) preventive control - is carried out upon receipt of the declaration and consists in the correctness of the tax number, which allows you to check for logic and arithmetic verification;

2) formal control - consists in checking:

- the legality of applying tax deductions in determining taxable income, incl. in terms of expenses for dependents, application of restrictions on tax deductions for which there is a limit (for example, expenses for medical services);

- withholding individual income tax at the source of payment; foreign tax credit;

3) general control - consists in comparing expenses with the income declared in the declaration. In this case, the developed scheme is used to determine the estimated material income of the taxpayer taking into account the composition of the family and his place of residence.

In part of assistance programs in international practice, Call centers are widely used, which are divided into 3 types:

1) Call centers for clarification of tax legislation, which provide standard answers to simple questions on filling out declarations by phone, and answers to complex methodological questions are sent by e-mail;

2) Call center for work with notifications, in which work with all notifications of individuals is concentrated;

3) Call centers providing assistance to taxpayers, in which the Center employees provide free services for filling out declarations for the poor, disabled and blind. The institute of tax consultants is also widely used (tax consultants, on the one hand, provide services to the public in the preparation and submission of declarations, and on the other hand, taxpayers build their relationships with tax authorities through tax consultants).

In the USA and Europe, given the poor preparation of the population in the preparation of the declaration, methodological recommendations are widely used for preparing declarations on the basis of the step by step principle, the essence of which is the step-by-step filling out of the declaration, incl. using software when the taxpayer only answers questions, and the software forms a completed declaration.

In order to successfully implement universal declaration in Kazakhstan, progressive international experience was studied. Universal declaration is applied in many countries of the world, for example, in the USA, Germany, France, Sweden, Finland, Australia, Singapore.

At the same time, to facilitate the procedure for submitting declarations in Kazakhstan using the example of Chile and Finland, preliminary filling is applied. This means that the tax authority, on the basis of the available information in the databases, fills out the declaration and sends it for approval to the taxpayer. In case of disagreement, the taxpayer has the right to correct this information.

According to the results of the pilot, as well as taking into account international experience, the declaration form was optimized and the volume was reduced from 15 to 2 sheets. On the Portal of the «Electronic Government» (E-gov.kz), in test mode, a service for filling out the electronic declaration form was implemented. Upon completion of the presentation, I would like to demonstrate to you the operation of the service. The service allows using EDS to obtain information previously filled in the declaration from state databases. This functionality is test and it does not bear any tax consequences on additional taxation and prosecution. Using this functionality,

everyone can check the relevance of their asset information in their personal account on egov.kz.

In addition, data was updated. In the whole country, 19.6 million information was received from authorized state bodies, of which 26.1% contain errors. During 2019, a lot of work was done to update the information of state bodies. As a result, out of 5 million 100 thousand false information, about 99% of errors were corrected. Only the information that needs to be corrected requires the participation of the individual himself.

The mechanisms for applying tax deductions based on integration with systems of authorized state bodies have also been improved. For the high-quality administration of the application of tax deductions for large families, for medical services, for training and for expenses on housing mortgages, the corresponding integrations are implemented.

LIST OF USED SOURCES:

1. Pogorleckij A.I. Nalogovaja politika vedushhih zarubezhnyh stran: sovremennye aspekty. – [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://cyberleninka.ru/article/n/nalogovayapolitika-veduschih-zarubezhnyh-stran-sovremennye-aspekty-1>
2. Reformirovanie nalogovyh sistem: teoriya, metodologija i praktika / Pod red. I. A. Majburova, Ju.B. Ivanova, A.I. Krisovatogo. – Kiev: Kondor, 2011. 352 s.

PUBLIC ADMINISTRATION

Modern control technology

Ніколенко Ігор Олегович

здобувач Міжрегіональної академії управління персоналом

ORCID: 0000-0003-2464-3732

ПІДХОДИ ДО ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ВСІХ УЧАСНИКІВ СФЕРИ НАДАННЯ ЖКП

З метою усунення виявлених прогалин в пропонованому підході методологічна основа функціонування взаємодії реалізується шляхом синтезу комбінованої моделі і послідовного з'єднання трьох підходів в управлінні: процесного - щодо елементів послуг; мережевого - до суб'єктів і їх зв'язків; системного - до взаємозв'язкам елементів і суб'єктів управління різного рівня. Для формування мережевої взаємодії в сфері ЖКП як єдиного цілого необхідно:

- встановити об'єкти мережизації;
- розробити цілі і завдання мережевого взаємодії;
- опрацювати схему взаємодії суб'єктів мережевої взаємодії;
- розробити алгоритм і механізми мережевої взаємодії в сфері [3, с.54].

В рамках вирішення першого завдання використовуємо процесний підхід в розгляді сфери ЖКП. Він дозволяє в якості об'єкта взаємодії використовувати не окремо узяті розрізнені житлово-комунальні організації, які мають різнохарактерні мети функціонування в досліджуваній сфері, а сферу ЖКП, в якій вже існує певний набір взаємозв'язків між основними її учасниками і реалізується процес надання послуги [1, с.77]. Описуваний принциповий склад учасників сфери ЖКП місцевого утворення як об'єкта мережи представлений на рис.1.

Перевагою пропонованого підходу виступає надається можливість визначення складу основних суб'єктів мережевої взаємодії, їх основних взаємозв'язків, а також охоплення всього процесу надання ЖКП. Як інфраструктури сфери ЖКП в рамках запропонованого підходу при формуванні мережевої взаємодії розглядаються організації, які беруть непряму участь у

наданні ЖКП, до них слід віднести: страхові та фінансово-кредитні організації, наукові та навчальні установи, а також саморегульовані структури, некомерційні організації та ін. без такого роду структур в цій сфері неможливо створити більш-менш значущі стійкі взаємозв'язки між сформованими елементами мережевої взаємодії, а також між основними е суб'єктами [2].

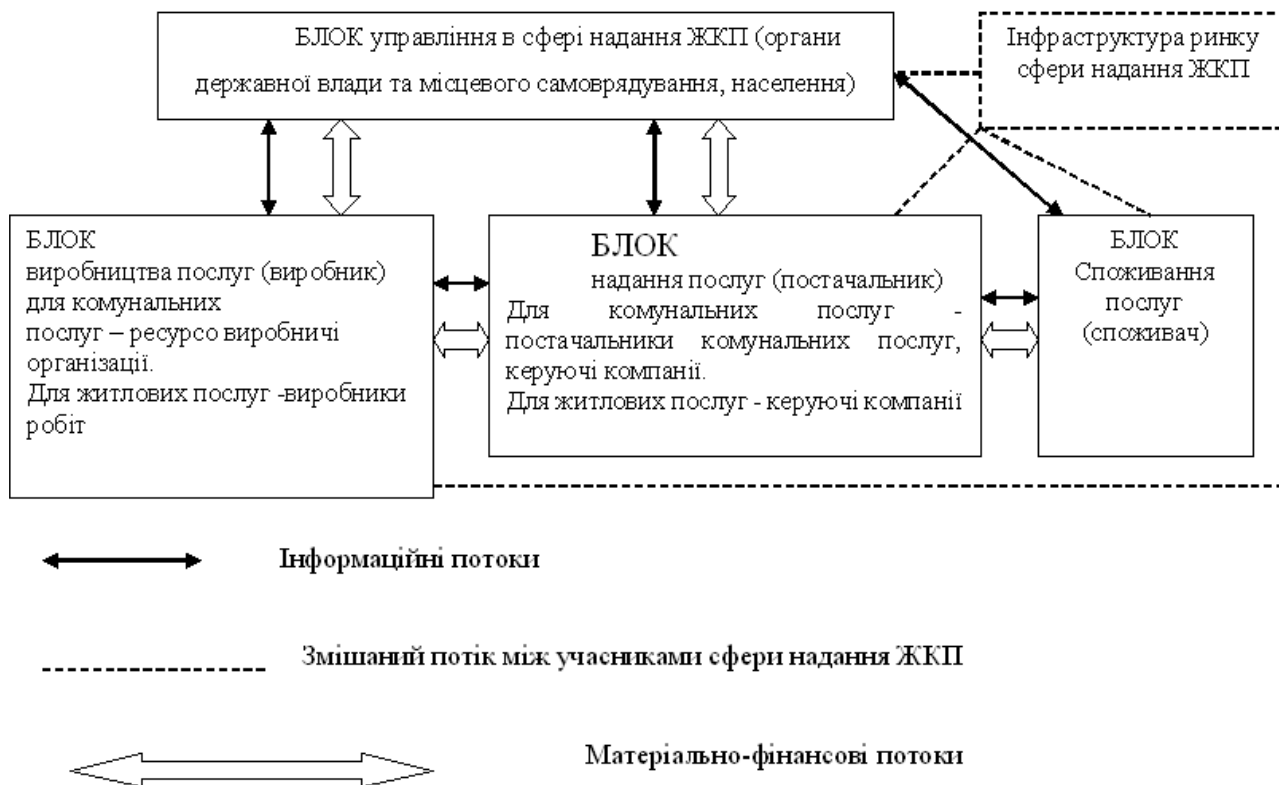


Рис. 1. Принциповий склад учасників сфери надання ЖКП на місцевому рівні як об'єкта мережизації (складено автором)

Існуюча в даний час різноспрямованість цілей і завдань суб'єктів управління в сфері ЖКП призводить до неможливості об'єктивної оцінки дійсного потенціалу сфери і визначення стійких центрів відповідальності, через які можна здійснювати управлінські процеси щодо подальшого розвитку всієї досліджуваної сфери, в тому числі і в рамках пропонованого мережевого підходу. Як сказано раніше, в першому розділі цієї роботи, кожен суб'єкт управління в сфері ЖКП впливає не на всю сукупність ЖКП, а лише на певний елемент будь-якої послуги або частина процесу управління. Це обумовлює необхідність тісної взаємодії всіх суб'єктів управління для того, щоб забезпечити безперервність процесу надання ЖКП та забезпечення досягнення цілей

розвитку і підвищення ефективності функціонування сфери ЖКП [4, с.194]. Цьому може сприяти налагоджений механізм зворотного зв'язку з урахуванням змін, які необхідно реалізувати при формуванні мережевої взаємодії в цій сфері і створення центрів відповідальності. Для реалізації даного завдання зробимо деталізацію функцій і принципів, на основі яких повинні реалізовувати відносини основні діючі учасники-суб'єкти формованого мережевої взаємодії на місцевому рівні

Література:

1. Ансель К. Мережевий інституціоналізм / Кріс Ансель // The Oxford Handbook of Political Institutions – [переклад В. Андрусів]; - Oxford University Press, 2006 - 816 с.
2. Апарина Н.Ф. Межфирменные сети: проблема отношенческих контрактов / Н.Ф. Апарина // Россия: варианты институционального развития. – Режим доступа : <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/293990.html>.
3. Барышникова А.А. О содержании понятия "конкуренция" на институциональном рынке труда в исследованиях российских ученых / А. А. Барышникова // Вестник Оренбургского государственного университета. - 2008. - N 80. - С. 53-59.
4. Гатауллина Д.Р. Некоторые размышления о развитии противоречивого единства конкуренции и сотрудничества / Д. Гатауллина // Общество. Среда. Развитие - 2011. - №3. - С.192-195.

HISTORY

General history

**Doctoral student Yedgina G.T.¹, doctor of historical science Zhumashev R.M.¹,
master of Humanities Tulegenova A.Zh.¹,
candidate of historical science Uskembayev K.S.²,
master of Humanities Muratova M.B.¹**

¹*Karaganda State University of the name of E.A. Buketov*

²*The Eurasian Humanities Institute, Astana International University*

N.A. NAZARBAYEV AT THE KOMSOMOL AND PARTY WORK

IN TEMIRTAU (1969-1973)

In 1969 N.A. Nazarbayev was recommended to the post of first secretary of the city committee of the Komsomol [1] at the bureau of the Temirtau city committee of the Communist Party of Kazakhstan.

On December 20, 1969 N.A. Nazarbayev was elected and confirmed in this position [2, 3] at the plenum of the Temirtau city committee of the Komsomol.

In this connection N.A. Nazarbayev was relieved of his duties as head of the industrial transport department at the bureau of the Temirtau city party committee on January 9, 1970 .

This period expanded N.A. Nazarbayev's experience in managing people, as he had to deal with the Komsomol primary organizations of the whole city.

The Komsomol members and all Soviet youth were considered as the active builders of communism. The Communist Party was proud of the Lenin Komsomol, which embodied the best features of the country's young generation. The Soviet youth, growing under the conditions of developed socialism, inherited from the older generations a deep commitment to the ideals of communism, selfless devotion to the cause of Lenin, and the ability to work selflessly for the common good.

The All-Union Lenin Communist Youth Union occupied a worthy place in the political system of Soviet society. The new Constitution of the USSR consolidated and expanded the rights of the Komsomol, as well as other mass organizations in the management of state and public affairs, in resolving political, economic and socio-

cultural issues. That was a clear evidence of the party's concern for the further development and deepening of socialist democracy. There was no doubt that the Komsomol skillfully used the great rights granted to it in the interests of the Soviet youth and society as a whole, and showed high efficiency and initiative in its work.

The party appreciated the great contribution that the Komsomol made to the struggle to implement the historic decisions of the CPSU Congresses and communist construction. The Komsomol members and youth actively manifested themselves in all spheres, such as sections of economic, cultural and social life. The Soviet youth was widely embraced by the general rise caused by the celebration of the 60th anniversary of the great October Revolution and the adoption of the Constitution of the USSR. Soviet boys and girls were actively participating in a nationwide struggle to increase production efficiency and quality of work. They successfully worked in industry and agriculture, in the ranks of the builders of BAM and KamAZ, Avtomash, petrochemical and metallurgical enterprises, worked fruitfully in the field of science, culture, public education, and in the field of public services.

The Central Committee of the CPSU was confident that the Komsomol congresses gave the work of the Komsomol organizations great activity and focus, inspired young people to new labor feats in the name of the prosperity of the socialist Homeland.

The primary task of Komsomol and youth was to fight for overfulfillment of the plan of economic and social development, the tasks of the five-year plan as a whole. The party hoped that young men and women with redoubled efforts would seek to use the available reserves for the further development of production, increase labor productivity, improve product quality, and show economy and thrift, high organization and discipline in everything.

There was a lot of work for the Komsomol in capital construction, in the development of the wealth of the Homeland. In the ranks of the pioneers, young hands, the labor impulse and the inexhaustible energy of our youth were especially needed.

The party urged the Komsomol members and youth with great enthusiasm to fight for solving the problems of developing and intensifying agriculture, significantly increasing the production of agricultural products and livestock, and to be the most active participants in the great qualitative transformations that were taking place under the influence of the party's agrarian policy in the Soviet village.

Throughout its activities, the Komsomol was called upon to help every young man adopt the Marxist-Leninist worldview, develop an active life position and a deep communist conviction. On the basis of the close unity of ideological, political, labor and moral education, it was necessary to develop class self-consciousness, industriousness, noble moral qualities, and high responsibility for the fulfillment of one's social duty and civic responsibilities in young men and women. It was necessary to resolutely fight against penetration of views and morals, alien to the communist ideology and the Soviet socialist way of life, into the youth environment, as well as against the first manifestations of bourgeois psychology and morality.

The duty of the Komsomol was to actively promote universal secondary education, improve vocational and technical training, and develop the scientific, technical and artistic creativity of youth, physical education and sports. It was important to further improve military-patriotic work and strengthen the traditional patronage ties of the Komsomol organizations with the Armed Forces of the country.

Being a collective counselor of the Soviet pioneers, the Komsomol was responsible for ensuring that the work of the All-Union Pioneer Organization named after V.I. Lenin became more informative and diverse, so that the life of each pioneer squad, each detachment was full of interesting and useful things, and had a beneficial effect on upbringing and formation character of pioneers and schoolchildren.

The subject of tireless care of the Komsomol was the strengthening of the friendship of the peoples of the USSR, the education of youth in the spirit of socialist internationalism. Soviet Komsomol members were called upon to further deepen friendship with the youth organizations of the socialist countries, to strengthen solidarity and cooperation with the democratic youth of all countries in its struggle against the forces of reaction, for peace and social progress.

The stronger and more effective the influence of the Komsomol on youth and all aspects of society, the higher the level of intra-union work, the more active were the Komsomol organizations and all Komsomol members. For these purposes, the assertion of Leninist style in work, criticism and self-criticism, unity of word and deed at all levels of the Komsomol were of exceptional importance. Each Komsomol member was a political fighter, served as an example of efficiency, modesty, integrity, worthy to bear the high rank of a member of the Lenin Youth Union.

The attitude towards the Komsomol and the party can be judged by the following slogans of those years: "Long live the All-Union Leninist Communist Union

of Youth, a loyal assistant and a reliable reserve of the party! Long live the glorious Soviet youth! Forward to the victory of communism under the leadership of the Communist Party of the Soviet Union!”

As the first secretary of the Temirtau city committee of the Komsomol, N.A. Nazarbayev worked until June 1971 [4].

In addition to his main work in the Komsomol, N.A. Nazarbayev was simultaneously a deputy of the regional and city councils of workers [4].

On June 10, 1971 N.A. Nazarbayev was elected second secretary of the Temirtau city party committee [5]. At this post, N.A. Nazarbayev controlled the spheres of industry and capital construction. But the actual range of his activities went far beyond functional responsibilities. For 2.5 years, he has been dealing with absolutely all the primary problems of the social and economic life of the city.

Thus, N.A. Nazarbayev at the Komsomol and party work in Temirtau (1969-1973) proved to be a responsible employee. Friends and colleagues respected him and his opinion and point of view were valuable for them. The range of N.A. Nazarbayev's activities expanded and he gained tremendous work experience, which was needed in the future in managing the region, and then in managing the state.

References:

1 Archive of the President of the Republic of Kazakhstan. F. 708. Inv. 46. C. 705. L. 156

2 State archive of the Karaganda region. F. 457. Inv. 1. C. 206. L. 1-6

3 Temirtauskiy rabochiy.-1969.- December 23

4 Temirtauskiy rabochiy. - 1971.-June 17

5 Archive of the President of the Republic of Kazakhstan. F. 708. Inv. 51. C. 899. L. 82

**Қ.И. Қабылшаев т.ғ.к., профессор,
Н.Ғ. Кабдий аға оқытушы, магистр**
(Нұр-Сұлтан қаласы., ҚазТБУ)

ҚАЗАҚ КІТАПТАРЫНЫҢ ТАРИХЫ (1900 – 1917 ЖЖ)

Түйіндеме. Мақалада ХХ ғасырдан басындағы қазақ кітаптарының тарихы баяндалады. Сонымен қатар Ұлы Қазан төңкерісіне дейінгі жарыққа шыққан қазақ кітаптарының құрылымдық мазмұндары жан-жақты баяндалады.

Резюме. В статье описывается история казахских книг начала ХХ века. Также рассматривается структура казахских книг опубликованных до революции.

Summary. In this article scrutinized the history of ХХ century's Kazakh books. Also discussed the structure of Kazakh books published before the revolution.

Тарихы бір-біріне ұқсамайтын, алыс елдерді бір-бірімен тілдестіретін, жақындастыратын кітаптың адамзат өмірінен алатын орны өте зор.

Революцияға дейінгі қазақ кітабы қазақ халқының мол мәдени мұрасының үлкен бір бөлігі, қайнар көзі десек те болады. Қазақ кітабының тарихын одан әрі зерттей түсу, оның мазмұн-мағанасының халық арасына таралып, танылуына, бүгінгі кемеліне жеткен халқымыздың мәдениетінің бүкіл ағартушылық ісінің түп көзін тану деген сөз.

ХХ ғасырдың қоғам өмірінің ажырамас бір бөлігіне айналған қазақ кітаптарының тарихы. Сол кездегі халқымыздың шығармашылық иелері де халықты саяси еркінен айырып, рухани кемшілікке итермелеген патша саясатына қарсы шығып, өндіріс, шаруашылықты дамыту әдістерін үйренуге,

халықты қараңғылықтан алып шығуға талпынды: қазақ тілінде кітаптар шығарып, қоғамдық ойдың дамуына үлкен рөл атқарды.

Мұндай кітаптар жұртың бәрін бірдей бір қалыпты ойлауға көшіруді мақсат тұтқан Кеңес үкіметіне ұнамауы түсінікті еді. Бұл мәлеметке республикалық Кітап мұражайының директорының ғылыми жұмыстар жөніндегі орынбасары Жұмағыз Шалғымбаева «1905-1907 жылдардан бастап Ресей империясы ұлттық-саяси күштері топтасып, қоғамдық ой-санасы жетіле бастаған қазақ жұртының баспа ісін көзінің қырына алып, бақылауды күшейте түсті. Баспаханадағы кітаптың алғашқы терімі алдымен бақылау комитетіне тексеруге жіберілетін еді. Ол кезде Уақытша комитеттің төрағасы М.Н. Пиинегин, мүшелері – А.В. Фролов пен Н.Ф. Катанов болды. Солардың арасында Н.Ф. Катанов қазақ тілінде шығатын шығармаларды аударма комиссиясын құру арқылы қадағалады», деп өз мақаласында жазды[1].

Бұл комиссия «Қазан оқу округі басқармасының жанындағы аударма комиссиясы» деген атпен ұйымдастырылды, оның төрағасы болып белгілі шығыстанушы Қазан университетінің профессоры Н.Ф.Катанов тағайындалды [2].

Жаңа комиссия 1905 жылдан 1917 жылға дейін қазақ тілінде 19 кітап шығарған. Осы 19 кітаптың ішінде тек екеуі ғана: «Тырысқақтан қалай сақтау керек», сондай-ақ Ғ.Р. Жүрсіновтың «Орыс етістігінің қосымшасы және орыс шылауы» деген еңбегінің бұдан бұрынғы басылымдарға қарағанда ерекшелігі бірден көзге түседі. Қалған 17-сі бұрын миссионерлер шығарған, мазмұны жағынан діни уағыздардың жинағы болып табылатын әліппе, оқу кітаптары болды. Бірақ, бұлардың басылымдары соншалықты сұранысқа ие бола алған жоқ. Комиссия шығарған басылымдардың тиражы орта есеппен 600-1000 данамен, шамасы 2400 данадан аспады. Миссионерлер мектебтерінің барлық қоймаларында бұл кітаптарды шаң басып жатты, қажет кезінде жұртқа ақысыз таратылды.

Ғ. Жәнібековтың балалаға арналған «Балалар бадавамі» кітабында жастарды ғылым-білімге үндеу сарындағы өлеңдер де зиянды деп табылды. Патша шенеуніктеріне тіпті халықты оқу-білімге шақырған көптеген кітаптар жақпады. Себепсіз күдіктендірді.

Мұхаметсәлім Кәшімовтың «Насихат қазақия» кітабына 1908 жылы жазған шолуында бақылаушы Н.Ф. Катанов 18-20-беттеріндегі өлеңді жинақтап

алып тастауды ұсынды. Оның пікірінше, бұл орыс өкіметіне қарсы жазылған. Ал, М. Кәшімов әлгі өлеңінде қазақ халқының қайыршылануына оны жер-судан айырып, орыс кемісектерін жаппай қоныстандыру шарасы себеп болып отыр деп, шындықты ашық айтқаны еді.

Көптеген жылдар бойы евроциентристер, көшпенділердің мәдениеті, әдебие-ті болмай орыс империясына бағынышты болып келді дейді. Бұл туралы А. Левшиннің өзі былай деп жазды: «Их оброз жизни, ни право, ни религия не позволяют киргизам-казахам быт образованным. Все просвещение их состоит из нескольких слабых лучей, почти невольно озаряющих человека, который хотя немного мыслит, имеет воображение и принимает впечатления окружающих его предметов, но и сил познания их обезображены суеверием. Умеющий читать и писать на своем языке почитается ученым, вообще же не знают они грамоты»[3].

Татар елінің орталығы болған Қазан қаласында қазақ кітаптары жарық көрді. Қазан қаласы сол кездегі ресейлік шығыс халықтарының тілдеріндегі кітаптарды шығарушы орталығының бірі болды. Сонымен бірге, қазақ ақын-жазушылардың кітаптары Қазан, Уфа, Орынбор, Троицк сияқты қалалардағы татар баспаханаларында басылды. Мәселен, ең алғашқы қазақ тіліндегі «Игълан намэ Қырғыз халығына» («Объявление киргизкому народу») атты кітап 1831 жылы, ал «Ер тарғын» дастаны 1862 жылы Қазандағы университет баспаханасында басылып шыққан[4]. Ер тарғын дастаны аталмыш баспаханадан сегіз рет өңделіп басылған.

Қазақша басылымдарға талдау жасаудан бұрын олардың баспаханалардан шыққанына зер салғаның артығы жоқ. Бұл туралы ағайынды Кәрімовтар баспаханасын, сондай-ақ, Домбровский, Чирков, Үміт, Вячеслав, ағайынды Шараф, Өрнек, Мағариф баспаханаларының рөлі ерекше болған. Қазақ кітаптарын шығарудағы айырықша көп бастырушы жеке баспашылардан осы кезде шыққан Қазан уезі Тобан Қорса ауылының азаматы Шамсиддин Хұсаинұлын атауға болады. Шамсиддин өзінің қаражатымен Қазан Университетінің баспаханасынан қазақ кітаптарын бастырып оны халыққа таратқан. Мысалы, 1878 жылы «Қозы-Көрпеш Хиссасы» (1917 жылға дейін 5 рет). «Зархұм қиссасы» (1917 жылға дейін 12 рет), «Сейітбаттал қиссасы» (1917 жылға дейін 5 рет), «Хисса Шортанбайдың бала зары» (1901ж.), Хал-ахуал-Мәшхүр Юсуф Көпеев «һам оның бағызы бір» (1901 ж.) сияқты кітаптарды дайындаған [5].

Қазанның 1 баспаханасынан 2 миллионнан астам тиражбен 434 басылым жарық көргенін бұл жерде атап айтпасқа болмайды.

Революцияға дейін Орынбор баспаханаларынан 94 мың 800 тиражбен 42 басылым, Санкт-Петербургтің Борганский баспаханасынан 3 мың тиражбен 1 кітап, Семейдегі Жәрдем баспаханасынан 11 мың 800 тиражбен 8 басылым, Астархань баспаханасынан 9 мыңнан астам тиражбен 4 басылым, Оралдан 2 мың тиражбен 1 басылым шыққан екен.

Міне, цифрлар есебі көрсетіп отырғандай қазақ тілінде кітап шығару ісінің кіндігі Қазанда көрсетілген сонымен бірге Қазан революцияға дейін шыққан қазақ кітаптарын жарыққа шығаратын ірі орталық болған деп айта аламыз. Мұның өзі оқитын сауатты оқушының сұранымның өскендігі болса керек.

Революцияға дейін жарық көрген қазақ кітаптарының мазмұндық түрғыдан жіктелуі [6].

Білім бағыты	Басылым саны	Қалған кітаптардың жалпы данасы
Көркем әдебиет пен фольклор	386	1 821 000
Оқулықтар, оқу бағдарламалары, Аудармалар, самоучители	45	139 980
Мемлекет және құқық	2	1 000
Тарих	10	29 300
Медицина, ветеринария	11	34 200
Техника	4	11 000
Анықтамалар	1	2 000
Мирсале	12	43 825
Діни-адамгершілік және өсиеттік кітаптар	38	118 800
Барлығы	509	2 201 105

Ұлы Октябрь революциясы алдарындағы бұл цифрлар былай тізбектеледі: данамен 43 басылым (қырық үші де кітап), 1914 жылы 195 мың 580 данамен 46 басылым (қырық бесі кітап), 1915 жылы 66 мың 700 данамен 21 басылым (он тоғыз кітап), 1916 жылы 54 мың 500 данамен 15 басылым (он бесі де кітап), қазақ

оқырманының қолына тиген. Жалпы, Еділ мен Жайық бойында қазақ тілінде 2 миллион 201 мың 105 данамен 509 басылым (оның 486-і кітап) басылып шыққан.

Сонымен, қолда бар деректер бойынша түркі тілдес халықтар тілдеріндегі кітаптар ішінде революцияға дейін шыққан қазақ кітаптары саны жағынан татар тіліндегі кітаптарға жол береді, ал революцияға кейінгі әзірбайжан кітаптарының санымен деңгейлес.

Жоғарыдағы көрсетілген мәліметтен, қазақ кітаптарының үлкен тобын филологтар құрайды. Бұл – қазақтың әдеби ескерткіштерінің байлығына байланысты туған ұлттық ерекшелігіміздің бірі. Қазақтың сөз өнерін құрған мол қазнаны игеру көп ғалымдардың табанды еңбек етуі табиғи көрініс еді.

Сондықтан да көркем әдәбиет пен фольклорды өзге ғылым салаларының өкілдерінен сан жағынан басым болып келді. Қазақ фольклорының туындылары оқулық құралдарының да жүгін көтеріп жатты. Қазақ ауыз әдебиетінің үлгілері жеке кітап болып шыға бастады. 1879 жылы «Қазақ мақалалары», 1908 жылы Г.Жәнібековтың құрастырумен «Жұмбақтар мен мақалдар», 1914 жылы «Қазақ мақалдары» құрастырған М.Ы. Ысқақов, 1903 жылы «Жұмбақ», 1909 жылы «Шопан ата» (Жалпы фольклорлық жинақ, құрастырған З.Абдіқадыров), 1906 жылы «Тоғыз құмалақ» (Қазақтың ұлттық ойыны) сияқты бірсыпыра кітаптар қазақ елінің игілігіне айналды. Бұл үдіріс әсіресе уақыт өткен сайын аңғарылып, орныға берді.

Бұл жайында Ә.Каримуллин «Для первых казахских книг характерно то, что в XIX веке в основном печатались произведения устно-поэтического творчества, чем особенно богата казахская культура прошлого. В начале XX века издания на казахском языке становятся разнообразнее, расширяется тематика издаваемых сочинений, ведущая роль переходит к сочинениям казахских писателей, переводам с других языков. Казахские писателей, акыны в начале XX века представлены пятьюдесятью именами. Этот факт сам по себе говорит о начале резкого роста казахской литературы, чему способствовало конечно, книгопечатание на родном языке» - деп жазды[7].

Қазақ баларын оқыту үшін қазақ ағартушысы әрі жазушы М. Сералин татар ағартушысы Ш.Рахматуллин мен бірге «Самоучитель для русских по-киргизски и для киргизов по русски», оқулықтарын «Үміт» баспаханасынан 500 тиражбен басып шығарған. Ал, жаратылыстану бағытында қазақ кітаптарын шығару айтарлықтай болмады. Бұл – қазақ мектептерінде жаратылыстану,

пәндерін төмендегі деңгейде оқытылды дегенді білдірмейді. Себебі, география, физика, ботаника, математика, астрономия пәндерінен, татар мектептері мен медреселеріне арналған оқулықтармен қамтылды.

Жиырманшы ғасырдың басында, дәлірек айтсақ 1905 жылғы бірінші орыс революциясынан кейін Қазандағы қазақ тілінде кітап шығарушыларға Орынбордың, Уфа, мен Астырханьның татарша баспаханалары ерекше атсалысты. Міне, содан кейін-ақ қазақтың көзі ашық, көкірегі ояу азаматтары – ағартушылар, мұғалімдер, шәкірттер, ақындар, өз тілінде кітап шығаруға белсене кірісті.

Қазандағы ағайынды мен Шәріпжан Кәрімовтың жеке меншік баспаханасы 1870-1917 жылдар аралығында жұмыс істеп, негізінен қазақша кітаптар шығару мен оларды ел ісіне тарту ісімен шұғылданған. Ағайынды Кәрімовтердің баспаханасынан қазақтың шығармашылық иелері М. Сералин, С.Көбеев, Н.Наушабаев, Ғ.Қараш, А.Мамашов, Мұхаммед Сәлім Кәшімов, және тағы басқаларының кітаптары басылып шыққан[8]. Бұл жайында М.Қойгелдиев «Алаш қозғалысы» атты монографиясында, 1913 жылға дейін Қазан баспаханаларына қазақ тілінде жарық көрген төмендегі кітаптардың кездесе бермейтін тізімін сол күйінде берген[9]. Олар ағайынды Хұсайыновтар мен Каримовтардың баспаханасында қазақ тілінде жарық көрген кітаптар (брошюра) тізімі: М.Сералиннің «Гүлкашима», С.Көбеевтің «Қалың мал», Н.Наушабаевтың «Манзумат Қазақия», Ғ.Қараштың «Үлгілі Тәржіман», Б.Ержановтың «Оқуға Махаббат» («Любов к чтению»), А.Жүсіпов «Қисса Серғазы», «Қисса Хамза Хисрау падиша», «Қисса Мансүр Әлиадж». «Хикаят рисала Мұңлық – Зарлық». («Сказка о Манкюк и Зарылик»), М.Калтаев «Қазақтың айнасы», «Жапон соғысы», «Адаб» («Нравственность»), «Қасым Жомарт» («Щедрый Касым»), «Бұлбұл құс». Зариф әл-Исаки. I бөлім. («Певчевая птичка») Сол. II бөлім, «Жас ғұмырым» А.Жандыбаев («Моя молодость»), Шикаят. Хайырлы. («Недовольствие»), «Тірлікте көп жасағаннан көрген бір тамашамыз» Жүсіп Көпеев. («Пережитое нами в нашей долгой жизни»), Молла Ақыл Сабалов «Мактубат» (Обучение), «Назам» («Стихи»), «Сұм заман», «Сатбек батыр», «Хазят Дагват» («Призыв к нужному»), Бикметьев «Қазақ ульяннари», «Қазақтың той бастары», Батырғалив «Адабият қазақия», «Книжка ума». Бұлардан басқа мазмұны жағынан негізінен, демократиялық, ағартушылық сипатта болған кітаптардың тізімі берілген.

Айталық, Қазандағы ағайынды Кәрімовтердің жекеменшік баспаханасынан 1912 жылы 6000 данамен шыққан Ғалиолла Ғалымжановтың жинағында қазақтардың тұрмысын жазған өлеңдер кірді. Ол «кітапты баспадан шығарудағы мақсат – қазақ халқының құрып бара жатуының басты себебі олардың өзара ауыз бірлігінің жоқ екенін көрсетуге талпыну»[10] деп жазды. Автор оқу-ағарту ісінің ауадай қажет екеніне тоқталады. Оның ойынша, барлық мектептер мен медреселерде молдалартек жаңа әдіспен оқытуы керек. «Қазақ, енді бізге барлық өтірік арбауға сенуді қойып, оянатын уақыт жетті, істі қолға алып, озық халықтардан үлгі алып, халыққа пайдалы күш жиып келешекке қадам басайық!», - деп түйіндейді ойларын.

Міне, осылайша еркін өмірдің салтанатын аңсаған халық үшін қатал цензура қаншама қыспаққа алғанымен түбегейлі тұншықтырып тастай алмады. Демократиялық бағыттағы шығармашылық иелері патшалық бақылауға бағынбай, басыбайлы болып қалмай, ел-жұрттың мүддесін, ұлт азаттығын жанына жалау тұтып өтті. 1917 жылғы Қазан төңкерісіне дейін олар «барша халықтың басына теңдік әперуші» өкіметтің кәріне ұшырап, қуғын-сүргін көрді. Көпшілігі сталиндік қанды қырғынның құрбаны болды.

Алайда олардың еңбегі еш кеткен жоқ. Тәуелсіздік туын тігіп, әлемдік даму жолына қадам басқан еліміздің ұрпақтары, ең алдымен, азатшыл ой-сананың алғашқы қарлығаштарына қарыздармыз. Олардың есімдерін ардақтап өнеге тұтар кез енді келді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Ж. Шалғынбаева //Ана тілі. 1992 жыл, 30 сәуір. 5-бет.
2. Ш. Елеукенов, Ж Шалғымбаева. «Қазақ кітабының тарихы» Алматы: Санат, 1999 жыл, 48-б.
3. А. Левшин. Описание киргиз-казачьих или киргиз-казахских орд и степей. Алматы, 1946, с. 350.
4. Қазақ кітабының шежіресі. 1807-1917. Алматы, 1996 жыл, 196 б.
5. У. Субханбердина, Д.С. Сейфулина. Қазақ кітаптары. Алматы: Мектеп, 1986 жыл, 34-б.
6. А. Каримуллин. Книги и люди. Казан, 1985, С. 191
7. Сонда, С. 187.
8. ҚҰЭ – Т. 4. Алматы, 2002 жыл, 720 б.
9. Қойгелдиев М.Қ. Алаш қозғалысы. Т. 1. Алматы: Мектеп, 2008 жыл, 223-б.
10. Сонда, 226-б.

LAW

Criminalistics and forensic medicine

Мухамадиева Г.Н., Батырбек Д.Қ.

ҚАЗҰУ – САНАЛЫ ҰРПАҚҚА ДАҢҒЫЛ ЖОЛ

Қазақ Ұлттық Университеті-Қазақстанның жетекші ұлттық университеті.Бүгінгі таңда ҚазҰУ тек ҚР және ТМД арасында ғана емес, халықаралық рейтингтерде де көшбасшы орынға ие. Мысалы, белгілі халықаралық "GreatValueColleges" ұйымының рейтингі бойынша ҚазҰУ әлемдегі ең технологиялық дамыған 50 университеттердің қатарына енді. Айта кету керек, рейтингте қазақстандық жоғары оқу орны тек ТМД-ға қатысушы елдердің ғана емес, сонымен қатар Шығыс және Орталық Еуропаның бірден-бір өкілі болып табылады. Университеттің әлемдік деңгейде танылуы сонымен бірге ҚазҰУ-дың тұрақты дамуы бойынша БҰҰ-ның "Академиялық ықпал" бағдарламасының Ғаламдық хабы ретінде белсенді қызметімен және оның халықаралық жобаларымен де байланысты.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық Университеті ТМД университеттері арасында екінші орында тұр. Халықаралық QS рейтингісі бойынша әлемдегі үздік 250-топ университет қатарына еніп, 207-орынды иемденді. Соңғы 5 жылда университет "QS WER" рейтингінде 400-ден астам позицияға көтерілді. ҚазҰУ-дың осы рейтингіде табысты ілгерілеуінің маңызды факторы кең ауқымды құрылымдық модернизация, нәтижеге бағытталған басқарудың жоғары тиімділігі, сондай-ақ 5 жыл ішінде 40%-ға көтерілген бірегей инфрақұрылымның қарқынды дамуы болып табылады.

ҚазҰУ бірнеше жылдан бері еңбек нарығында сұранысқа ие мамандарды шығарады. Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың көптеген түлектері таңдаған мамандығы бойынша жетістіктерге жетті. Білім ордасынан түлеп ұшқан студенттер еліміздің Қаржы Министрлігінде, Ұлттық Банкте, Заң шығарушы органдарда, Салық, Кеден комитеттерінде табысты қызмет етіп, ұлттық университеттің бәсекеге қабілетті мамандарды даярлауда үздік екендігін

дәлелдеуде. ҚазҰУ-да білім алу-болашаққа жол. Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің 16 факультеті, 67 кафедрасы, 32 ғылыми-зерттеу институттары мен орталықтары, технопарктері бар; 2 мыңнан астам профессорлар, докторлар, ғылым кандидаттары мен философия докторлары, 100-ден астам ірі академиялардың академиктері, 30-ға жуық Қазақстан Республикасының еңбек сіңірген қайраткерлері, 30-дан астам ҚР Мемлекеттік және атаулы сыйлықтарының лауреаты және 40-тан астам жас ғалымдар сыйлықтарының лауреаты, 45 мемлекеттік ғылыми стипендияның стипендиаты жұмыс істейді. Университетте жоғары кәсіптік білім берудің көп деңгейлі жүйесі бойынша 25 мыңнан астам студенттер мен магистранттар білім алуда. Біз әлемнің 418 ірі халықаралық жоғары оқу орындарымен бірлескен халықаралық оқу бағдарламаларын жүзеге асырады, студенттер алмасу және тағылымдамалар өткізу бойынша ынтымақтасады.

Мухамадиева Г.Н., Тілеужанов Ә.Б.

ҚАЗҰУ – СЕНІМДІ БОЛАШАҚ НЕГІЗІ

Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті Қазақстанның жоғары білім жүйесінің университеттік дәстүрлерінің іргетасын қалап, кәсіби ғылыми және педагогикалық мектептерді қалыптастыруының негізі болып табылады. ҚазҰУ бүгінгі таңда елдің ең жоғары оқу орны бола отырып, Елбасының стратегиялық бағытын іске асыру барысында байқалған сапалы ауысуларды байқатып отыр.

Сонау 1934 жылы 15 қаңтарда есігін студенттері үшін айқара ашқан қара шаңыраққа бүгінде 85 жыл толып отыр. ҚазҰУ - үздік оқу орны ғана емес, ҚазҰУ - алып өмір мектебі. Университеттің 85-жылдық аса бай тарихы Қазақстанның академиялық ғылымы мен жоғары мектебінің дамуы және қалыптасуымен тығыз байланысты. ҚазҰУ-дың таңқаларлық тәжірибесін әлемнің жетекші университеттері зерттеу үстінде, бұл университеттің жоғары бәсекеге қабілеттілігінің көрсеткіші болып табылады. Университеттің әлемдік деңгейде танылуы сонымен бірге ҚазҰУ-дың тұрақты дамуы бойынша БҰҰ-ның "Академиялық ықпал" бағдарламасының Ғаламдық хабы ретінде белсенді қызметімен және оның халықаралық жобаларымен де байланысты.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық Университеті ТМД университеттері арасында екінші орында тұр. Халықаралық QS рейтингісі бойынша әлемдегі үздік 250-топ университет қатарына еніп, 207-орынды иемденді. Соңғы 5 жылда университет "QS WER" рейтингісінде 400-ден астам позицияға көтерілді. ҚазҰУ-дың осы рейтингіде табысты ілгерілеуінің маңызды факторы кең ауқымды құрылымдық модернизация, нәтижеге бағытталған басқарудың жоғары тиімділігі, сондай-ақ 5 жыл ішінде 40%-ға көтерілген бірегей инфрақұрылымның қарқынды дамуы болып табылады.

Білім нәрімен сусындатып отырған қара шаңырақта 16 факультет жұмыс атқаруда. Олардың әрқайсында еліміздің қоғамдық өмірі мен ғылымына, экономиканың маңызды бағыттарының даму мәселелерін шешуге бағытталған жоғары білімді, бәсекеге қабілетті мамандар буыны қалыптасуда. Сапалы білім

ордасынан түлеп ұшқан студенттер еліміздің Қаржы Министрлігінде, Ұлттық Банкте, Заң шығарушы органдарда, Салық, Кеден комитеттерінде табысты қызмет етіп, ұлттық университеттің бәсекеге қабілетті мамандарды даярлауда үздік екендігін дәлелдеуде.

Қара шаңырақ Қазақ Ұлттық Университеті еліміздің, ұлтымыздың жарқын болашағы үшін қызмет ете беретіні сөзсіз

History of state and law

Сатанова Лейла Муслимовна

Университет Нархоз

Кандидат юридических наук, профессор

РЕФОРМЫ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ИРРЕГУЛЯРНЫМИ ВОЙСКАМИ РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ В ПЕРИОД ПРАВЛЕНИЯ АЛЕКСАНДРА II (1855-1881 ГГ.)

Первые годы царствования вступившего на престол русского царя Александра II в отношении центрального управления казачьими войсками, ознаменовались очень важными реформами. Департамент Военных Поселений, подчинявший себе все казачьи войска был упразднен и для центрального управления этими войсками был учрежден новый орган – «Управление иррегулярных войск».

Это преобразование было тесно связано с упразднением военных поселений. Данный шаг, оказавшийся довольно смелым стал одной из первых реформ Александра II.

Система военных поселений, подчинявшая крестьян военной дисциплине даже в семейной жизни, была, как выяснилось в процессе использования данной практики, крайне неприемлема для крестьянского населения. Недовольство крестьян по этому поводу ярко проявилось во время мятежа, проходившего в Новгородских поселениях в 1831 году, во время эпидемии холеры. Массовые беспорядки побудили правительство тогда же преобразовать устройство военных поселений. Поселенные пехотные батальоны были упразднены, с обращением округов военных поселений в округа пахотных солдат. Такие округа создавались для дислокации войск по правилам воинского постоя, при этом пахотные солдаты были обложены оброком и рекрутской повинностью. В кавалерийских полках действующая часть полков была отделена от поселенной. На последнюю была распространена рекрутская повинность и обязанность обеспечивать продовольствием кавалерию, расположенную на их территории. Для этих целей поселяне отбывали общественные работы по три дня в неделю. С этого времени различные преобразования в устройстве военных

поселений продолжались в течение всего царствования Николая I, и в 1850 году в таких поселениях насчитывалось более 700 тысяч человек. Экономическое положение военных поселений достигло достаточно высоких показателей. Так к 1850 году поселениями было занято 3.452.686 десятин земли, капиталы определялись в размере 6.036.077 рублей, что по тем временам являлись хорошим показателем экономического роста.

Во время Восточной войны военные поселения оказали значительное содействие действующим войскам поставкой продовольствия, фуража, волов и лошадей, предоставлением помещения для расквартирования раненых. Тем не менее, ни это обстоятельство, ни вызванное устройством военных поселений усиленное развитие сельского хозяйства на юге России не могли заставить смириться с теми крупными недостатками, которые существовали в основе организации военных поселений, которые заключались главным образом в лишении права на самоопределение значительных масс населения.

В 1856 году было издано повеление императора о передаче округов пахотных солдат Новгородской, Витебской и Могилевской губерний в Министерство Уделов, с обращением их в удельные имения на общем основании, а 4 июня 1857 году было утверждено императором «положение о новом устройстве военных поселений», согласно которому военные поселения и были упразднены, с обращением их населения в государственных крестьян.

Статс-секретарь граф М.А. Корф, в представленной им в самом начале апреля 1866 года императору Александру II записке под заглавием: «Взгляд на внутренние преобразования последнего десятилетия (1856-1865)» оценил следующими словами значение этой реформы «...плод железной воли графа Аракчеева, это учреждение (военные поселения) не представляло выгоды и с военной точки зрения, как приковавшие войска к одним и тем же местам и следовательно лишавшие армию одного из главных ее качеств – легкоподвижности. Но оно было еще было предосудительно тем, что отдавало целые массы населения в безотчетное распоряжение военного ведомства, обрекало их на вечную отсталость и одностороннее развитие. Уничтожение военных поселений, произведенное в 1857 году, освободило от этих ненормальных условий жизни до 700.000 человек русского народа».

Одновременно с упразднением военных поселений и другие отрасли управления, состоявшие в ведении Департамента Военных Поселений, вышли из

его компетенции: солдатским и матросским детям и вообще кантонистам 25 декабря 1856 года было даровано право исключения из военно-сухопутного ведомства для зачисления в свободное население. Заведения военных кантонистов было предположено преобразовать в особые училища, а учебным стрелковым полкам и мастеровым командам дать новое назначение и устройство. Казарменные и другие воинские здания вне крепостей и в целом строительные дела по этой части 11 февраля 1857 году повелением императора (2) было передано в подчинение Инженерного Департамента, а корпус инженеров Военных Поселений присоединено к корпусу полевых инженеров, с переименованием последнего в корпус военных инженеров.

К лету 1857 года в подчинении Департамента Военных Поселений оставались одни иррегулярные войска.

Так как до образования Департамента Военных Поселений, относившиеся к казачьим войскам, дела распределялись между различными учреждениями военного и гражданского ведомств, то само собой возникал вопрос, не следует ли возвратиться к этому порядку вновь. Однако, вопрос этот мог получить только отрицательное решение. Положение иррегулярных войск в тридцатых годах XIX века представлялось далеко не в том виде, в каком они находились в 1857 году. Общая численность народонаселения их едва достигла 1.000.000 человек. Все доходы войск ограничивались полумиллионом рублей и по этому не только в крайне экстренных случаях, но и для покрытия обычных ежегодных расходов, необходимо было прибегать к пособиям из Государственного Казначейства, а войсковая канцелярия и несколько сыскных начальников были единственными учреждениями, возглавлявшими суд, полицию и хозяйство. Такое разъединенное управление иррегулярными войсками, даже и при более раннем их ограниченном составе и скудных средствах, оказывалось уже недостаточным и неудобным.

Одновременно с изданием положения об образовании Управления иррегулярных войск было также издано Положение о Временной Комиссии для ревизии книг и счетов, окончания начатых дел и приведения в порядок архива Департамента Военных Поселений, а также утверждены правила о порядке упразднения этого Департамента. Комиссии было вменено в обязанность, окончить возложенную на нее работу к марту 1859 года. Нерешенные дела Департамента Военных Поселений по управлению иррегулярными войсками

были переданы в ведение Управления иррегулярных войск, а чиновники инспекторского и хозяйственного отделений иррегулярных войск Департамента были переведены в Управление иррегулярных войск. Закрытие временной комиссии для окончания скопившихся дел и счетов, а также по делам систематизации архива бывшего Департамента Военных Поселений последовало в 1859 году, временный же архив дел Департамента Военных Поселений был упразднен в 1862 году.

Таким образом, система центрального военного управления казачьих войск в период правления Александра II претерпела ряд изменений. Отмена Военных поселений явилась той исторической мерой, предпринятой императором, которая положило начало дальнейшим преобразованиям в система законодательства, суда, и несения воинской службы казачьими войсками, как на территории Казахстана, так и на всем пространстве огромной империи.

Использованная литература:

1. Столетие военного министерства 1802 – 1902 / Главное управление казачьих войск. - СПб.: Сенодальная типография, 1902. - Т.11. - Часть 1.
2. II Полное Собрание Законов Российской империи. т. XXXI № 30970. Санкт-Петербург: Государственная типография, 1863 г.
3. II Полное Собрание Законов Российской империи. т. XXXII № 31920 и № 31951. Санкт-Петербург: Государственная типография, 1863 г.
4. II Полное Собрание Законов Российской империи. т. XXXI № 31313. Санкт-Петербург: Государственная типография, 1863 г.

Д.е.н. Турянський Ю.І.,
член НКР Конституційного суду України

ТРАНСПЛАНТАЦІЯ ОРГАНІВ ТА ТКАНИН ЛЮДИНИ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

У сучасності сфера медицини зазнала неабиякого прогресу, що дозволяє людині якісно покращити своє життя, що здавалося неможливим ще донедавна. Особливого значення набула галузь медичної науки –трансплантологія, що стала незамінним методом лікування важкохворих пацієнтів, що після проведення операції можуть повернутися до нормального функціонування. Завдяки новітнім методам успішними стали пересадки нирки, легені, кісткового мозку, підшлункової залози, печінки та серця.

У вітчизняному законодавстві декларована «презумпція незгоди» тобто людина повинна дати свою письмову згоду на те, щоб після її смерті стати донором якщо така заява відсутня запитується у родичів померлої особи. На жаль, в Україні відзначається надзвичайно низький рівень із проведення операцій із трансплантації, сотні людей помирають так і не дочекавшись життєвонеобхідних органів. Важливим у даному аспекті популяризація посмертного донорства як альтруїстичного та гуманного ставлення наших співвітчизників до сприйняття даного інституту. Слід також врахувати прихильність інституту церкви до посмертної трансплантації як вияву милосердя та любові, що також відіграє неабияку роль на морально-етичний аспект досліджуваного питання.

Марія Беатриче Фіссо та Анна Рита Моргані влучно зазначають щодо існуючих проблем в досліджуваній сфері «оскільки успіх трансплантації значною мірою залежить від стану органів, то вони беруться переважно від осіб, які пішли з життя несподівано, а не померли від якогось системного, інфекційного або онкологічного захворювання і яким ще не так багато років. Такі люди, як правило, не залишають жодних розпоряджень щодо можливості використання їхніх органів post mortem, отже рішення повинні ухвалити батьки або близькі родичі загиблого, що особливо драматично, якщо врахувати, що вони щойно дізнались про несподівану смерть молоді та рідної їм людини» [1,

с.590]. Саме тому ми наголошуємо на важливості реального усвідомлення суспільством позитивних аспектів трансплантації та подолання страху, що існує сьогодні.

Надзвичайні показники розвитку сфери трансплантології показує Бельгія де діє «презумпція згоди», очікування на пересадку органу становить не більше півроку, однак слід зауважити, що пропаганда посмертного донорства там розпочинається ще з школи мотивуючи це тим, що одна людина може врятувати сім важкохворих пацієнтів [2]. Отже, надзвичайно важливим фактором є саме сприйняття суспільством важливості їхнього рішення щодо посмертного донорства як до можливості врятувати життя іншим.

Закон України «Про застосування трансплантації анатомічних матеріалів людині» декларує, що державна сприятиме активній інформаційній політиці через соціальну рекламу, підвищення обізнаності громадян про трансплантацію як прижиттєву так і посмертну як безальтернативної можливості порятунку життя та відновлення здоров'я людини [3]. Вважаємо, що реалізація даної політики зможе змінити ставлення громадськості до трансплантології, оскільки як показує досвід розвинутих держав світу основним фактором розвитку цієї сфери медицини є саме суспільне ставлення до даного явища, а не законодавчий підхід до «презумпції згоди чи незгоди».

В. Скрипник досліджуючи дану тематику вдало проводить аналіз зарубіжного регулювання питання трупної трансплантації виділяючи:

«1) презумпція згоди (Іспанія, Португалія, Бельгія, Австрія, Росія, Казахстан, Білорусь тощо), відповідно до якої анатомічний матеріал вилучається за відсутності прижиттєвого офіційно зареєстрованого заперечення донора проти вилучення такого матеріалу; 2) презумпція незгоди (США, Канада, Великобританія, Німеччина, Нідерланди, Норвегія, Греція), за якого матеріал для трансплантації отримується з тіла померлого тільки в разі, якщо особою за життя дана згода на трансплантацію» [4, с. 65].

Отже, попри презумпцію незгоди більшість із зазначених країн демонструють високі показники по проведенню трансплантацій органів, що ще раз підкреслює значущість не лише законодавчого регулювання досліджуваного питання, а соціально-етичного сприйняття громадськістю даного інституту. Також яскравим прикладом презумпції незгоди є Німеччина де «згідно з нещодавно проведеними опитуванням дослідницького інституту Forsa, 84

відсотки жителів Німеччини позитивно ставляться до посмертного донорства. Серед молодих людей віком від 18 до 29 років їх навіть 93 відсотки. Навіть у старшій віковій групі від 50 до 69 років таких людей також багато – 79 відсотків» [5].

Проаналізувавши зарубіжний досвід щодо посмертної трансплантації органів ми дійшли до висновків, що основне місце у розвитку даного інституту є саме у сприйнятті та розумінні громадськості важливості посмертної трансплантації як до можливості врятувати життя іншим.

Список використаних джерел

1. Згречча Е., Спаньоло А. Дж., П'єтро М. Л. ді та ін. Біоетика / Переклад з італійської В. Й. Шовкун: Підручник. Львів: Видавництво ЛОБФ «Медицина і право», 2007. 672 с.
2. Трансплантація по-європейськи: досвід Бельгії та Німеччини URL: <https://www.segodnya.ua/ua/world/europe/transplantaciya-po-evropeyski-opyt-belgii-i-germanii-1168767.html>
3. Про застосування трансплантації анатомічних матеріалів людині: Закон України від 17.05.2018 Відомості Верховної ради. 2018, №28, ст.232.
4. Скрипник В. Донорські органи як об'єкти цивільних правовідносин. *Підприємництво господарство і право*. №5. 2018. С.62–67.
5. Як у Німеччині хочуть вирішити проблему з органами для трансплантації. URL: <https://www.dw.com/uk/як-у-німеччині-хочуть-вирішити-проблему-з-органами-для-трансплантації/a-52011174>

Criminal law and criminology

Жолдыбек Жанель

студент 4 курса

специальности «Международное право»

КазНУ им. аль-Фараби

Научный руководитель:

к.ю.н., ст. преподаватель

кафедры международного права

Татаринов Д.В.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИНФОРМАЦИОННО-ПРАВОВАЯ ПОЛИТИКА, КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГУЛИРОВАНИЯ ОТНОШЕНИЙ В СФЕРЕ КОМПЬЮТЕРНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Ключевые слова: Политика, правовое регулирование, информация, общество, государство.

Государство, регламентируя информационные отношения, реализует особое направление государственной политики в области информационных процессов, происходящих в информационной сфере, которую некоторые авторы называют «информационно-правовой политикой».

Теория информационной политики представляет собой комплекс взглядов, представлений, идей, направленных на истолкование и объяснение правовых реалий настоящего и прогнозируемой перспективы по обеспечению развития общества. Другими словами, она представляет собой высшую, самую развитую форму организации научного знания, дающего целостное представление о закономерностях, существенных связях в области правовой действительности, обеспечивающей жизнеспособность общества на пути прогрессивного развития [1, с. 55].

Реализуется информационная политика посредством управления, осуществляемого государством и его институтами в информационной сфере. В соответствии с теорией управления существует четыре основных метода управления отдельными личностями, их коллективами и обществом, благодаря

которым обеспечивается надлежащее воздействие на сознание людей, побуждающее соблюдать существующие социально-экономические законы, тем самым определяя конкретные пути достижения поставленных перед обществом задач.

По специфике воздействия методы управления можно разделить: на административно-организационный, экономический, социально-психологический и правовой, каждый из которых обладает своими недостатками и достоинствами, а также уровнем эффективности в конкретной ситуации.

В социально-политических системах, в социальном управлении субъекты и объекты управления активны. Объект управления относительно самостоятелен, он не просто пассивный исполнитель исходящих от субъекта решений, а исполнитель активный, инициативный, самостоятельно выбирающий конкретные пути реализации решений.

Поскольку управление имеет дело с людьми, то на его функционирование огромное воздействие оказывают интересы и потребности людей, коллективов, социальных групп. А.Г. Венделин отмечает, что закономерности поведения в социальных системах (и самой информационной сфере) «в значительной мере проявляются через интересы людей, их потребности, через все то, что определяет мотивы их действий» [2, с. 57].

В информационной сфере нет жесткого автоматизма и гарантий того, что определенный субъект с абсолютной точностью выполнит задание. Так как логику поведения каждого отдельного субъекта предугадать и запрограммировать практически невозможно, а интересы и потребности управляемого не всегда совпадают с целями управления, само управление затрудняется. Таким образом, информационная политика представляет собой целенаправленную политико-правовую деятельность государства по формированию высокого уровня правовой культуры общества, соответствующую системе социально-экономических отношений.

Всякое управление направлено на получение, переработку и использование информации, которая циркулирует в информационной сфере в каналах прямой и обратной связи. В развитом обществе информация приобретает характер стратегического ресурса, становясь не средством, а самостоятельным методом управления.

В современном обществе воздействие на человека, управление им выступает в форме манипулирования его сознанием и поведением.

Характеризуя сущность манипуляции, немецкий социолог Г. Фарбер в книге «Манипулируемое большинство» пишет: «Фокусники пользуются трюками. Но в наши дни трюками пользуются также и политические, хозяйственно-политические, культурно-политические манипуляторы. В этом смысле фокусники и менеджеры в своих манипуляциях не так уж далеки друг от друга. Но фокусник работает для игры, развлечения, обмана как самоцели. А манипуляторы современного управления, независимо от сферы, действуют вполне серьезно, с откровенной или замаскированной целеустремленностью. Ибо они создают власть. Власть над другими, манипулируемыми» [3, с. 7].

«Манипуляция, – отмечает далее Г. Фарбер, – это более утонченные, менее броские, менее прямые, а потому и более опасные действия. Объект манипуляции считает, что действует на основании свободного решения. Но это «свободное решение» – иллюзия. На самом деле им управляют, а его мнением манипулируют. Даже так называемые нравственные принципы зачастую являются результатом манипуляции в целях сохранения власти меньшинства» [4, с. 8].

Манипуляции служат целый арсенал: искусство, религия, печать, реклама и средства, способы ее распространения, радио и телевидение как наиболее массовые и эффективные средства пропаганды, компьютерные информационные системы и банки данных, средства наглядной агитации и иллюстрации.

Любой вещественный процесс, если он подлежит контролю и управлению, имеет свое изоморфное информационное отображение, любому действию предшествует некоторая информационная модель возникшей ситуации и способа ее изменения, что характерно даже для импульсивных действий. Эффективность человеческого действия во многом зависит от правильного управленческого решения, то есть от правильного информационного моделирования ситуации, от поиска нужной информации и ее правильной обработки.

Таким образом, под *информационным методом управления* понимается процесс выработки и реализации управленческих решений в ситуации, когда управляющее воздействие носит неявный, косвенный характер и объекту

управления представляется определяемая субъектом управления информация о ситуации, ориентируясь на которую этот объект как бы самостоятельно выбирает линию своего поведения [5, с. 78].

Конечной целью информационного воздействия является желаемое поведение объекта управления, которое постулируется субъектом. К примеру, специалисты по рекламе для формирования желательного поведения потребителя пользуются формулой AIDA, являющейся аббревиатурой следующих понятий: attention – внимание, interest – интерес, desire – желание, action – действие.

Следовательно, задача информационного управления не только информировать, но и напоминать, убеждать, а значит, управлять.

Правящие силы, используя данный метод воздействия, ориентируются на небывалое по масштабам подчинение общественного мнения своему влиянию, реализуя свои цели через информационную сферу. Средства массовой информации являются высокоэффективнейшим способом, позволяющим облечь в новые формы контроль и управление народными массами, практически отказавшись от насильственных методов.

Президент США Р. Никсон сказал как-то, что выгоднее вложить доллар в СМИ, в пропаганду, чем 10 долларов в создание новых видов вооружения, так как вероятность использования оружия в современном мире невелика, а пропаганда работает ежедневно, ежечасно.

Механизм информационного воздействия основан на манипуляции сознанием масс и внесением в это сознание целенаправленной достоверной информации либо дезинформации. Такой тип управления связан со стремлением так сформировать сообщение о реальной ситуации, чтобы, несмотря на неадекватность, человек принимал его как само собой разумеющееся и поступал соответствующим образом.

Целью дезинформации является сознательное введение людей в заблуждение, навязывание им превратного, искаженного, а иногда и просто лживого представления о реальной действительности. Данная цель является антиправовой и не должна становиться основой информационного управления личностью, обществом и государством.

Одним из эффективных способов борьбы с правовым нигилизмом при помощи информационно-правового управления являются способы воздействия, выработанные в психологии влияния, а именно направленное суггестивное влияние, то есть воздействие на психику человека на фоне снижения его сознательности и критичности в понимании, анализе и оценке информации.

После выявления нужного приема снятия барьера восприятия и преодоления естественной толерантности человека к новому под сознание распаивается спонтанно и информация о преимуществах идеи права свободно отображается в системе ценностей человека. Однако в использовании подобных методов кроется опасность манипуляции сознанием, что явно нарушает права и свободы человека и гражданина. Следовательно, подобные методы необходимо применять крайне осторожно.

Любое информационное (правовое) влияние планируется с целью изменения внутренних мотивов и переориентации поведения человека в требуемом направлении, результатом же является инстинктивный автоматический выбор, причины которого внедрены в подсознание и скрыты в глубинах психики человека.

Суггестивный элемент влияния позволяет изменить и актуальность поставленной перед человеком проблемы. Для достижения суггестивного эффекта текст сознательно связывается его создателем с факторами, провоцирующими изменение сознания. Эмоциональное воздействие сочетается с чисто физиологическим влиянием (цветом, формой, ритмом), иногда даже является псевдологическим текстом. Здесь кроется большая опасность для психического здоровья личности, общества и государства.

Защита реципиента должна выражаться в создании правовых ограничений информационного воздействия, что, безусловно, сложно, так как последствия восприятия зависят зачастую от сугубо личных особенностей воспринимающего субъекта. При этом, однако, возможно прямое запрещение использования явно деструктивных методов психологического влияния, таких, например, как «25-й кадр».

Типы проблем, которые могут решаться с помощью информационного управления, весьма разнообразны, например: побуждение общественности к более активной реакции на некоторые события, выборы, отношение к партиям, народам, борьба с конкурентами или даже смена политического строя. При этом

стратегические задачи требуют для своего решения много времени и больших ресурсов. Незаменимым средством проведения информационного управления являются СМИ, которые, реализуя коммуникативную функцию, используют следующие методы для достижения сравнительно быстрого результата, необратимо влияющие на психику реципиента.

1. Метод «усилителя», при реализации которого жесткая форма передачи информации нарушает равновесие в обществе, изменяя стиль жизни, вызывая у индивида острое ощущение непригодности его образа существования. Примером может служить пропаганда «свободы нравов», когда считается неприличным сохранять девственность до брака, а количество сексуальных партнеров приносит дополнительное уважение в определенной социальной среде.

2. Метод «призмы», при котором СМИ, подобно призме, преломляющей свет, фиксируют, детализируют и в упрощенной, доступной каждому форме передают социальной среде. К примеру, способ религиозного просвещения выражается в упрощении канонического текста, введении Бога в реальные события, распространении статуэток, в которых Иисус изображен играющим в баскетбол, хоккей, футбол.

3. Метод «барража» используется в основном в политической борьбе в целях отвлечения общественного внимания от какого-либо события, для чего активно разворачивается кампания вокруг любого незначительного явления, затмевая тем самым объект реального интереса [5, с. 88].

Примером может служить массовый интерес, обращенный на социально-этический (моральный) статус президента США Б. Клинтона, затмивший проблемы разрешения многих государственных программ.

Для иллюстрации рассмотрим рекламу, являющуюся самым эффективным инструментом организации системы сбыта, силой способствующей повышению жизненного уровня, стимулирующей разработку новых моделей. В то же время она является оружием в конкурентной борьбе и, по сути своей, средством управления спросом и потреблением, которое в последнее время переродилось из информирования во внушение. Возникает проблема адекватного отображения семантики объекта или его состояния, информация о котором будет использоваться СМИ.

Иллюстрируя средства информационно-психологического воздействия, можно привести следующие примеры, активно используемые субъектами информационного управления в информационной сфере:

- 1) снятие защиты (используя располагающие жесты, улыбку);
- 2) смещение акцентов (путем умалчивания плохих новостей и огласки хороших или наоборот);
- 3) присоединение к будущему (постройка «воздушного замка» на реально заложенном камне);
- 4) «пробный шар» (организация обсуждений, диалогов при выявлении отношения масс к определенной идее, при ее отвержении власть отмежевывается, при поддержке – объявляет «гласом народа» и поддерживает);
- 5) «нога в дверях» (большие дела вершатся малыми поступками);
- 6) «шаг за шагом» (постепенно уверяясь в правильности своих действий);
- 7) растянутость во времени (девять дней массирования темы и интереса нет – например, двойное гражданство Б. Березовского);
- 8) изменение масштабов путем предложения определенной аудитории тем обсуждения и своих интерпретаций, переводя ситуацию в символическую область – «делая из мухи слона», чаще всего используется социально-политическими телевизионными программами;
- 9) моделирование доверия (публик рилейшинс строится на стратегии доверия);
- 10) формирование лозунга, являющегося нейтрализатором или катализатором ситуации («Долой!», «Ура!»);
- 11) перенос внешних характеристик во внутренние убеждения (люди придерживаются того мнения, которое они высказали публично, отсюда устойчивое негативное отношение к лицам, меняющим свое мнение);
- 12) символизация («вкус Америки»: выявление архетипов, мифологизация политической фигуры) [5, с. 105].

Правовое регулирование использования указанных выше способов манипуляции массовым сознанием очень затруднено особенностями восприятия конкретного реципиента. Однако возможно законодательное закрепление запретов на конкретные действия или выражения, в которых усматривается нарушение определенных прав и интересов личности, общества и государства.

Отметим, что информацию об объекте можно рассматривать как отображение этого объекта в некоторой материальной системе, которая может существовать независимо от самого объекта и независимо от того, будет ли эта информация кем-то и когда-то использована, но в реальном мире информацию собирают, обрабатывают конкретные люди, и потому она субъективна. Следовательно, информационные отображения различных субъектов могут представлять реальность различную и противоречивую, создающую парадоксы восприятия, часть которых может иметь негативную окраску [6, с. 138].

Особенность негативных информационных воздействий состоит в том, что они могут быть выявлены только в результате специальной экспертизы. Для выявления опасности должны разрабатываться и использоваться стандарты безопасности (утвержденные в установленном порядке параметры информационно-психологического воздействия, не вызывающие негативных последствий для психики человека). Экспертиза должна проводиться по запросу не только уполномоченного государственного органа, но и любого заинтересованного лица.

Список литературы:

- 1 Боев В.М. Информационно-правовая политика России: монография. – СПб., 1998. – 249 с.
- 2 Венделин А. Г. Процесс принятия решения. – Таллин, 1973. – 216 с.
- 3 Farber G. Die manipulierte Meptheit Tübingen. – Basel. – 1971.
- 4 Информационное общество: Информационные войны. Информационное управление. Информационная безопасность / под ред. М.А. Вуса. – СПб., 1999.
- 5 Почепцов Г. Г. Информационные войны. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2000. – 280 с.
- 6 Правовые основы борьбы с правонарушениями в глобальных коммуникационных сетях: монография\ коллектив авторов: Д.В. Татаринов, Л.Ф. Татарина, Т.К. Ерджанов, Д.В. Голобурда, – Алматы, 2014. – 344 с.

CONTENTS

ECONOMIC SCIENCE

The economy of the enterprise

Муханова А. Е. ТӘУЕКЕЛ МЕНЕДЖМЕНТТИ БАҒАЛАУ МАҢЫЗДЫЛЫҒЫ 3

Максимюк Юлия FORMATION OF MARKETING MANAGEMENT SYSTEM IN CONSTRUCTION CONTRACTORS..... 7

Khomenko O.M., Ryzhakov D.A. INNOVATIVE BASES FOR REENGINEERING THE PROCESS OF REAL INVESTMENT MANAGEMENT OF CONSTRUCTION DEVELOPMENT ENTERPRISES..... 10

Dumik N.A. MANAGEMENT DEVELOPMENT BY HUMAN RESOURCES IN THE INNOVATIVE ORGANISATIONS..... 13

Транченко Л.В., Транченко О.М. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ВАЛЮТНИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ 16

Government regulation of the economy

Rubanov P.M. FINTECH INNOVATIONS IN PUBLIC INVESTMENT POLICY 19

Banks and the banking system

Dudchenko V. THE CENTRAL BANKS INDEPENDENCE OF COUNTRIES IN THE WORLD: MODERN TRENDS 22

Foreign economic activity

Залесский Б.Л. ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ: РЕЗЕРВЫ РОСТА - В МОДЕРНИЗАЦИИ 25

Залесский Б.Л. СВОБОДНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗОНА ГРОДНОИНВЕСТ: ТОЧКА РОСТА - ЭКСПОРТ..... 28

Financial relations

Соломатіна Т.В. ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ І СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ..... 31

Human resources management

Безпалько О.В. Кемська В. ПЕРЕДУМОВИ ВИКОРИСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЛІЗИНГОВИХ ПОСЛУГ У ПРАКТИЦІ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ ВІДНОСИНАМИ .. 35

Marketing and management

Мішустіна Т.С., Тібуа К.Т. КАРТА-СХЕМА ПОЗИЦІОНУВАННЯ КОНКУРЕНТІВ.. 39

Абдулай Проспер Малік, Бондаренко А.А. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ
МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ВОГ РІТЕЙЛ» В СУЧАСНИХ УМОВАХ 42

Гулька В.І., Бєлова Т.Г. ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ В
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ 45

Accounting and auditing

Сады А.А. FOREIGN EXPERIENCE IN IMPLEMENTING A TAX DECLARATION
SYSTEM 48

PUBLIC ADMINISTRATION

Modern control technology

Ніколенко І.О. ПІДХОДИ ДО ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ
ВЗАЄМОДІЇ ВСІХ УЧАСНИКІВ СФЕРИ НАДАННЯ ЖКП 53

HISTORY

General history

**Едгина Г.Т., Жумашев Р.М., Тулегенова А.Ж., Ускембаев К.С., Муратова
М.Б. N.A. NAZARBAYEV AT THE KOMSOMOL AND PARTY WORK IN TEMIRTAU
(1969-1973) 56**

**Қабылшаев Қ.И. , Кабдий Н.Ғ. ҚАЗАҚ КІТАПТАРЫНЫҢ ТАРИХЫ (1900 – 1917
ЖЖ) 60**

LAW

Criminalistics and forensic medicine

Мухамадиева Г.Н. ,Батырбек Д.Қ. ҚАЗҰУ - САНАЛЫ ҰРПАҚҚА ДАҢҒЫЛ ЖОЛ. 67

Мухамадиева Г.Н. ,Тілеужанов Ә.Б ҚАЗҰУ - СЕНІМДІ БОЛАШАҚ НЕГІЗІ 69

History of state and law

**Сатанова Л. М. РЕФОРМЫ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ИРРЕГУЛЯРНЫМИ
ВОЙСКАМИ РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ В ПЕРИОД ПРАВЛЕНИЯ АЛЕКСАНДРА II
(1855-1881 ГГ.)..... 71**

**Турянський Ю.І., ТРАНСПЛАНТАЦІЯ ОРГАНІВ ТА ТКАНИН ЛЮДИНИ:
МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД..... 75**

Criminal law and criminology

Жолдыбек Жанель ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИНФОРМАЦИОННО-ПРАВОВАЯ ПОЛИТИКА, КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГУЛИРОВАНИЯ ОТНОШЕНИЙ В СФЕРЕ КОМПЬЮТЕРНОЙ ИНФОРМАЦИИ.....	78
CONTENTS.....	86

278820

279028

279430

279680

279682

279628

279391

279417

279721

278956

279243

278425

279425

279486

279297

279505

279062

279617

276577

276578

278953

279277

278844